

Yrd. Doç. Dr. Baran ARSLAN



1. Kişisel Bilgiler:

İş Adresi :	Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Osmanbey Kampüsü – Şanlıurfa
İş Telefonu :	+90 (414) 318 3000/1476
Faks :	+90 (414) 318 3534
Fakülte :	İktisadi ve idari Bilimler Fakültesi
Bölüm :	İşletme
Ana Bilim Dalı :	Üretim Yönetimi ve Pazarlama
E-mail :	barslan@harran.edu.tr

2. Öğrenim Durumu:

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	İşletme	Marmara Üniversitesi	1998-2003
Y. Lisans	İşletme- Üretim Yönetimi ve Pazarlama	Marmara Üniversitesi	2003-2005
Doktora	İşletme- Üretim Yönetimi ve Pazarlama	Marmara Üniversitesi	2006-2013

3. Akademik Unvanlar:

Öğretim Görevlisi: 2010-2014

Yardımcı Doçentlik: 2014- ...

Profesörlük:

4. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

4.1. Yüksek Lisans Tezleri:

4.2. Doktora Tezleri:

5. Yayınlar

5.1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler (SCI & SSCI & Arts and Humanities)

5.2. Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

5.5.1. Arslan, Baran ve Öz, Abdullah (2016). "Üniversite Öğrencilerinin Demografik Özelliklerinin Kompulsif Satın Almaları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi", *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 55, 341-351.

5.5.2. Arslan, Baran ve Öz, Abdullah (2016). "Analysis of the Relationship Between the Demographical Characteristics of University Students and Their Materialist Tendencies", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 22, 74-87.

5.5.3. Arslan, Baran (2016). "Etnik Kökenin Hedonik Tüketime Etkisi: Türkiye'de Yaşayan Farklı Etnik Kimliğe Sahip Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma", *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 53, 272-285.

5.5.4. Çakır, Ahmet ve Arslan, Baran (2016). "Kurumların Uyguladıkları Sosyal Sorumluluk Projelerinin Tüketicilerin Marka Sadakatı Üzerine Etkileri: Otomobil Markaları Üzerine Bir Araştırma", *Celal Bayer Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 437-452.

5.5.5. Arslan, Baran (2015). "Kredi Kartı Kullanımının Kompulsif Satın Almaya Etkisi", *Online Academic Journal of Information Technology*, 5(20), 27-40.

5.5.6. Arslan, Baran ve Dursun, Tolga (2015). "Türk Tüketicilerinin Mobil Reklamlara Yönelik Tutumları", *Elektonic Journal of Vocational Colleges*, 5(6), 9-19.

5.5.7. Arslan, Baran (2015). "The Influence of Credit Card Usage on Impulsive Buying", *International Journal of Physical and Social Sciences*, 7(5), 235-251.

5.5.8. Arslan, Baran ve Göğce, Hasan (2013). "In The Framework of Green Marketing Activities: A Study to Determine the Tendencies of University Students Towards Using Environment-Friendly Products", *Internatonal Journal of Information Technology and Business Management*, 19, 16-27.

5.3. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (Proceedings) basılan bildiriler

7.3.1. Arslan, Baran ve Dursun, Tolga (2016). "Marka Sadakatinin Demografik Faktörler Bağlamında Değerlendirilmesi", *International Science and Technology Conference*.

5.4. Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

5.5. Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

5.5.1. Arslan, Baran (2016). "Sanal Mağaza Atmosferi Unsurlarının Anlık Satın Almaya Etkisi", *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 117-136.

5.5.2. Arslan, Baran (2015). "Türkiye'de İkamet Eden Tüketicilerin Özel Markalı Ürünlere Yönelik Tutumlarına Etki Eden Faktörler", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 125-138.

5.6. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

5.6.1. Arslan, Baran (2016). "Şanlıurfa'da Yaşayan Tüketicilerin Organik Ürünlere Yönelik Tutumları", *XII. Tarım Ekonomisi Kongresi*, 623-632.

5.6.2. Arslan, Baran (2015). "Organik Ürünlere Yönelik Tutumların Demografik Faktörler Bağlamında Değerlendirilmesi", *Doğu Karadeniz 2. Organik Tarım Kongresi*, 397-407.

5.7. Diğer yayınlar

5.8. Uluslararası atıflar

5.8.1. Kumar, Pawan (2015). "Green Marketing Products in India", *A Refereed Research Journal*, 1(1), 47-63, cited to " Arslan, Baran ve Göğçe, Hasan (2013). "In The Framework of Green Marketing Activities: A Study to Determine the Tendencies of University Students Towards Using Environment-Friendly Products", *Internatonal Journal of Information Technology and Business Management*, 19, 16-27."

5.8.2. Kumar, Ashish and Kumar, Dinesh (2015). "Green Marketing: Impact, Scope, Opportunities, Challenges in Indian Changing Scenario", *Radix International Journal of Economics&Business Management*, 4(3), 1-9, cited to " Arslan, Baran ve Göğçe, Hasan (2013). "In The Framework of Green Marketing Activities: A Study to Determine the Tendencies of University Students Towards Using Environment-Friendly Products", *Internatonal Journal of Information Technology and Business Management*, 19, 16-27."

5.8.3. Abid, Muhammad and Latif, Tehreem Abdul (2015). "Green Marketing Towards Green Purchase Behavior", *MAGNT Rearch Report*, 3(7), 44-60, cited to " Arslan, Baran ve Göğçe, Hasan (2013). "In The Framework of Green Marketing Activities: A Study to Determine the Tendencies of University Students Towards Using Environment-Friendly Products", *Internatonal Journal of Information Technology and Business Management*, 19, 16-27."

5.8.4. Maziriri, Eugene and Chinomona, Elizabeth (2016). "Modeling the Influence of Relationship Marketing, Green Marketing and Innovative Marketing on the Business Performance of Small, Medium and Micro Enterprises (SMMES)", *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 8(3), 127-139, cited to " Arslan, Baran ve Göğçe, Hasan (2013). "In

The Framework of Green Marketing Activities: A Study to Determine the Tendencies of University Students Towards Using Environment-Friendly Products", *Internatonal Journal of Information Technology and Business Management*, 19, 16-27."

6. Ulusal & Uluslararası Projeler

7. İdari Görevler

7.1. Akçakale MYO Pazarlama Program Başkanlığı: 2011-2015

7.2. Akçakale MYO Müdür Yardımcılığı: 2011-2015

8. Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler

9. Ödüller

10. Son İki Yılda Verilen Dersler (2014-2016)

- Üretim Yönetimi-I-II
- Turizm İşletmeciliği
- Pazarlama
- Tarımsal Pazarlama
- Kriz Yönetimi
- İletişim Teknikleri
- Kamuoyu Araştırmaları
- İşletme Etiği