

## Asst. Prof. MUSTAFA KAPLAN

### Personal Information

**Office Phone:** +90 286 218 0018 Extension: 2861

**Email:** mustafakaplan@comu.edu.tr

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

**Address:** Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Terzioğlu Yerleşkesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Kat:1 No: 109

### International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-5205-2123

Yoksis Researcher ID: 26459

### Education Information

Doctorate, Canakkale Onsekiz Mart University, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turkey 2013 - 2018

Postgraduate, Canakkale Onsekiz Mart University, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turkey 2011 - 2013

### Dissertations

Doctorate, Sosyal Pazarlama Faaliyetlerinin Gönüllülük Davranışlarına Etkisi: Türk Kızılayı ve Kan Bağışı Üzerine Bir Araştırma, Canakkale Onsekiz Mart University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, 2018

Postgraduate, İhracat Performansına Etki Eden Faktörler ve Pazarlama Planlama Yeteneği ile İhracat Performansı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, Canakkale Onsekiz Mart University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, 2013

### Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

### Academic Titles / Tasks

Assistant Professor, Canakkale Onsekiz Mart University, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme, 2019 - Continues

### Academic and Administrative Experience

Deputy Head of Department, Canakkale Onsekiz Mart University, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme, 2021 - Continues

### Advising Theses

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

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

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

## Articles Published in Other Journals

- I. **Tüketicilerin Alışveriş Merkezlerini Tercih Etme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: Çanakkale Örneği**  
GÜLTEKİN Y., KAPLAN M.  
Yönetim Bilimleri Dergisi, vol.19, no.39, pp.95-114, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Social Marketing and Volunteering: A Research on Blood Donation**  
Kaplan M.  
Journal of Business Research - Turk, vol.12, no.4, pp.3291-3309, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **A Research on the Factors Affecting the Intention to Use Digital Banking**  
Kaplan M., Korkmaz C. İ.  
Management and Political Sciences Review, vol.2, no.2, pp.69-85, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Tüketicilerin Helal Ürün Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma**  
Kaplan M., Gezen A.  
Türk İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi /The Journal of Turk Islam World Social Studies, vol.4, no.14, pp.319-330, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Firmanın İhracat Yetkinliklerinin İhracat Performansına Etkisi**  
KAPLAN M., EREN S. S.  
Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.29, no.2, pp.1-31, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **KURUMSAL YETKİNLİKLERİN ÖRGÜTSEL PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ ÜRETİM FİRMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**  
EREN M. Ş., KAPLAN M.  
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, no.40, pp.175-192, 2014 (Peer-Reviewed Journal)

## Books & Book Chapters

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

## Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Brand Perception in Second-Hand Online Trade**  
Gür O., Kaplan M.  
6th International Congress of Human Studies , 10 - 12 December 2023, pp.15
- II. **The Impact of Innovation Perceptions and Market Competitiveness of Tourism Sector Managers on Innovation Performance and Business Performance: The Example of Çanakkale**  
İzmirlioğlu H., Kaplan M.  
6th International Congress of Human Studies , 10 - 12 December 2023, pp.16
- III. **INVESTIGATION OF CONSUMER PURCHASE BEHAVIORS WITHIN THE FRAMEWORK OF SOCIAL MEDIA**

## **MARKETING: THE CASE OF CANAKKALE**

Üreşen D., Kaplan M.

9TH INTERNATIONAL "BAŞKENT" CONGRESS ON HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES , Ankara, Turkey, 20 - 23 May 2023, pp.254-255

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

Turna G., Kaplan M.

6. LİSANSÜSTÜ İŞLETME ÖĞRENCİLERİ SEMPOZYUMU, Erzurum, Turkey, 8 - 10 September 2022, pp.28-30

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

HACIOĞLU G., KAPLAN M., AYAS N.

VI. International Vocational Schools Symposium, Saray Bosna, Bosnia And Herzegovina, 18 - 20 May 2017, pp.1-10

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

KAPLAN M.

VI. International Vocational Schools Symposium, Saraybosna, Bosnia And Herzegovina, 18 - 20 May 2017, pp.357-365

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

Topçu U. C., Kaplan M.

11th International Strategic Management Conference, Vienna, Austria, 23 - 25 July 2015, vol.207, pp.157-164

## **Metrics**

Publication: 26

Citation (WoS): 6

H-Index (WoS): 1