

## Doç.Dr. PINAR BAŞGÖZE

### Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 312 297 8700](tel:+903122978700)

Fax Telefonu: [+90 312 297 2055](tel:+903122972055)

E-posta: [pinaran@hacettepe.edu.tr](mailto:pinaran@hacettepe.edu.tr)

Posta Adresi: hacettepe üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye 2006 - 2010

Yüksek Lisans, Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye 2001 - 2003

Lisans, Başkent Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye 1996 - 2000

### Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

### Yaptığı Tezler

Doktora, Teknoloji kabul modelinin teknolojik yatkınlık ve marka kredibilitesi değişkenleri eklenerek genişletilmesi: Satın alma eğilimine uyarlanması, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2010

Yüksek Lisans, Hizmet sektöründe kulaktan kulağa iletişimin etkileri: Ankara'da beş yıldızlı otellerde bir uygulama, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2005

### Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

### Akademik Unvanlar / Görevler

Doç.Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2016 - Devam Ediyor

### Akademik İdari Deneyim

Bölüm Başkan Yardımcısı, Hacettepe Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2019 - Devam Ediyor

### Verdiği Dersler

Marketing Management, Lisans, 2019 - 2020

Tüketici Davranışları, Lisans, 2019 - 2020

## Yönetilen Tezler

- Başgöze P., Sadakat programlarında verilen ödüllerin değer algısı ve program sadakati üzerine etkileri, Yüksek Lisans, Y.ATAY(Öğrenci), 2020
- Başgöze P., Ulusmerkezciliğin küresel kültür konumlandırması ile oluşturulan reklamlara yönelik tutuma etkisi: Irak-Türkiye örneği, Yüksek Lisans, M.SAADULDEEN(Öğrenci), 2019
- Başgöze P., Tüketicinin türk dizilerinde yer alan kurgusal markalara yönelik tutumunu etkileyen faktörler, Yüksek Lisans, E.BOZLAK(Öğrenci), 2019
- Başgöze P., Algılanan sosyal medya pazarlamasının kurumsal itibar algısına etkisi üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, H.ÖZDESTİCİ(Öğrenci), 2018
- Başgöze P., Adalet algısı, olumsuz kulaktan kulağa iletişim ve tekrar satın alma eğilimi: Konaklama işletmelerinde hizmet telafisi üzerine bir uygulama, Yüksek Lisans, K.İŞKORKUTAN(Öğrenci), 2018
- BAŞGÖZE P., Marka yerleştirme uygulamalarının tüketicilerin tepki süreci üzerine etkisi: Örnek bir nitel çalışma, Yüksek Lisans, B.YILMAZ(Öğrenci), 2016
- BAŞGÖZE P., Eko oteller den hizmet satın alma niyetinde tüketici etik inançları ile sorumlu turist davranışının etkileri, Yüksek Lisans, N.ASLIHAN(Öğrenci), 2015
- BAŞGÖZE P., Sosyal medyanın, marka kredibilitesinin ve marka prestijinin satın alma eğilimi üzerine etkileri, Yüksek Lisans, Ş.KAZANCI(Öğrenci), 2014

## SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **The mediating effects of program loyalty in loyalty rewards programs: an experimental design in coffee shops**  
BAŞGÖZE P., Atay Y., METİN CAMGÖZ S., Hanks L.  
JOURNAL OF SERVICE THEORY AND PRACTICE, 2021 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- II. **Pre-recovery emotions and satisfaction: A moderated mediation model of service recovery and reputation in the banking sector**  
Ozkan-Tektas O., BAŞGÖZE P.  
EUROPEAN MANAGEMENT JOURNAL, cilt.35, sa.3, ss.388-395, 2017 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- III. **The association between perceived value and patient loyalty in public university hospitals in Turkey**  
ÖZER L., BAŞGÖZE P., Karahan A.  
TOTAL QUALITY MANAGEMENT & BUSINESS EXCELLENCE, cilt.28, ss.782-800, 2017 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- IV. **EFFECT OF BRAND VALUE ANNOUNCEMENTS ON STOCK RETURNS: EMPIRICAL EVIDENCE FROM TURKEY**  
BAŞGÖZE P., Yıldız Y., METİN CAMGÖZ S.  
JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS AND MANAGEMENT, cilt.17, sa.6, ss.1252-1269, 2016 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- V. **The Service Quality Perception in Student Affairs: A Single Institutional Experience**  
TOSUN M. U. , BAŞGÖZE P.  
HACETTEPE UNIVERSİTESİ EĞİTİM FAKULTESİ DERGİSİ-HACETTEPE UNIVERSITY JOURNAL OF EDUCATION, cilt.30, sa.3, ss.131-146, 2015 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **FİRMA KREDİBİLİTESİ ve REKLAMA YÖNELİK TUTUMUN MARKA DENKLİĞİ BOYUTLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ**  
Başgöze P., Özkan Tektaş Ö., Eryiğit C.  
Verimlilik Dergisi, cilt.2021, sa.1, ss.49-60, 2021 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- II. **Tüketicinin Kurgusal Markalara Yönelik Tutumunu Etkileyen Faktörler: Türk Dizilerinde Uygulama**  
Başgöze P., Bozlak E.  
Sosyoekonomi, cilt.29, sa.47, ss.285-299, 2021 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- III. **Tüketici Ulus Merkezçiliğinin Küresel Kültür Konumlandırması ile Oluşturulan Reklamlara Yönelik Tutum Üzerine Etkisi: Irak-Türkiye Örneği**  
Başgöze P., Saaduldeen Abdulqader Salih M.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.14, sa.1, ss.1-30, 2021 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IV. **Adalet Algısı Boyutlarının Şikâyet Sonrası Davranışlar Üzerine Etkileri: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama**  
Başgöze P., İşkorkutan K.  
Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, cilt.4, sa.1, ss.374-387, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- V. **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı ve Uyumun Marka Özvarlığı Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri: Cinsiyetin Düzenleyici Rolünün İncelenmesi**  
ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.11, sa.2, ss.291-319, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VI. **Eko Otellerden Hizmet Satın Alımında Kuşaklar Arası Farklılaşmalar Üzerine Bir Çalışma**  
BAŞGÖZE P., BAYAR N. A.  
Sosyoekonomi Dergisi, cilt.23, sa.24, ss.118-130, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VII. **Integration of Technology Readiness TR in to the Technology Acceptance Model TAM for M Shopping**  
BAŞGÖZE P.  
International Journal of Scientific Research and Innovative Technology, cilt.2, sa.3, ss.26-35, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VIII. **Sosyal Medyanın Marka Kredibilitesi ve Marka Prestijinin Satın Alma Eğilimi Üzerine Etkileri**  
KAZANCI Ş., BAŞGÖZE P.  
A. Ü. Siyasal Bilgiler Fakülte Dergisi, cilt.70, sa.2, ss.435-456, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IX. **Ürün Yerleştirme ve Reklama İlişkin Tutumların Satın Alma Eğilimi ve Marka İmajı Üzerine Etkileri**  
ÖZER L., BAŞGÖZE P.  
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi, cilt.32, sa.1, ss.29-54, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- X. **Does the Consequences of Overall Service Quality and Transaction Specific Service Quality Differ**  
ÖZER L., BAŞGÖZE P.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT REVIEW, cilt.2, sa.1, ss.52-65, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XI. **Kişisel Satış Elemanına İlişkin Tüketici Satın Alma Davranışını Olumlu ve Olumsuz Yönde Etkileyen Özellikler Sigortacılık Sektöründe Kalitatif Bir Çalışma**  
BAŞGÖZE P., YILMAZEL S. E.  
Sigorta Araştırmaları Dergisi, cilt.10, ss.79-94, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XII. **The Effect of R D Expenditure Investments on Firm Value Case of Istanbul Stock Exchange**  
BAŞGÖZE P., SAYIN H. C.  
Journal of Business, Economics and Finance, cilt.2, sa.3, ss.5-12, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIII. **Effects of Celebrity Usage in Commercials on Consumer s Purchase Intention an Explotary Study on an Exemplary Commercial**  
BAŞGÖZE P., CEREN B.  
JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT AND APPLIED ECONOMICS, cilt.2, sa.5, ss.1-9, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIV. **Effects of Brand Credibility on Technology Acceptance Model Adaption of the Model to the Purchase Intention**  
BAŞGÖZE P., ÖZER L.  
International Journal of Humanities and Social Science, cilt.2, sa.20, ss.292-298, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XV. **Gender Effect on Brand Credibility and Purchase Relation Does BC Vary Among Different Brands**

BAŞGÖZE P., ÖZER L.

International Journal of Arts and Commerce, cilt.1, sa.5, ss.58-69, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

XVI. **Ethical Perceptions and Green Buying Behavior of Consumers A Cross National Explotary Study**

BAŞGÖZE P., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.

JOURNAL OF ECONOMICS AND BEHAVIORAL STUDIES, cilt.4, sa.8, ss.477-488, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

XVII. **Effects of hedonic-utilitarian motives and life style on attitudinal-behavioral loyalty**

KAVAK B., Tektaş Ö. Ö. , ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P.

Bogazici Journal, cilt.24, ss.21-40, 2010 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

XVIII. **Hizmet Satın Alma Sürecinde Kulaktan Kulağa İletişim**

ÖZER L., BAŞGÖZE P.

Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi, cilt.23, sa.1, ss.203-224, 2005 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

## Kitap & Kitap Bölümleri

### I. Pazarlamada Etik

Özkan Tektaş Ö., Başgöze P., Eryiğit C.

Detay Yayıncılık, Ankara, 2020

### II. Dijital Bağımlılıklar: Netlessfobi, Nomofobi ve Fomo

BAŞGÖZE P.

Dijital Dönüşüm Ekseninde İşletme Uygulamaları, Prof. Dr. Muazzez Babacan, Editör, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.509-544, 2019

### III. ULUSAL PAZARLAMA KONGRELERİNDE SUNULAN BİLDİRİLERİN KATEGORİK OLARAK İNCELENMESİ

ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.

Türkiye de Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi, Muazzez Babacan, Editör, beta, 2016

### IV. Marka Kimliği ve Marka Kişiliği

BAŞGÖZE P.

Marka Yönetimi, Prof. Dr. Szer Korkmaz, Editör, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, ss.1-19, 2014

### V. Differentiation of Consumer Ethical Beliefs Towards Consumer Lifestyles

BAŞGÖZE P., ÖZER L., HAMİDLİ V.

Business Ethics Contemporary Global and Regional Issues, Simon Robinson, Mahmut Arslan, Editör, Lambert Academic Publishing, ss.117-136, 2012

## Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

### I. Do Consumer Ethical Beliefs Influence the Responsible Tourist Behaviour for Eco Hotel Visit Intention

BAŞGÖZE P., BAYAR N. A.

EBEN 28th Annual Conference, Türkiye, 26 - 28 Haziran 2015

### II. Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Kategorik Olarak İncelenmesi

ÖZKAN TEKTAŞ Ö., BAŞGÖZE P.

19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 18 - 22 Haziran 2014, ss.110-130

### III. Tüketici Satın Alma Davranışını Olumlu ve Olumsuz Yönde Etkileyen Kişisel Satış Elemanına İlişkin Özellikler Sigortacılık Sektöründe Kalitatif Bir Çalışma

YILMAZEL S. E. , BAŞGÖZE P.

1. Ulusal Sigorta ve Aktüerya Kongresi, Ankara, Türkiye, 6 - 07 Haziran 2013

### IV. Tüketicilerin Etik Algıları ve Çevreci Satın Alma Davranışları Ülkelerarası Keşifsel Bir Araştırma

ÖZKAN TEKTAŞ Ö., BAŞGÖZE P.

17. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 18 - 21 Ekim 2012, ss.297-304

**V. Behavioral Consequences of Service Quality Differentiation of Complaint Behavior Among Quality Dimensions**

BAŞGÖZE P., ÖZER L.

9th International Forum on The Sciences, 29 - 30 Kasım 2007, ss.157-172

**VI. Kulaktan Kulağa İletişim ve Geleneksel Reklamın Müşteri Değer Algısı Üzerine Etkilerinin İncelenmesine Yönelik Keşifsel Bir Çalışma**

BAŞGÖZE P.

11. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 1 - 03 Kasım 2006, ss.175-190

## **Desteklenen Projeler**

BAŞGÖZE P., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Öğrenci İşlerinde Hizmet Kalitesi Algısı Kurumsal Bir Deneyim, 2016 - 2017

KAVAK Y., TOSUN M. U. , KABAKCI H., ÖZCAN S., BAŞGÖZE P., BAYHAN KARAPINAR P., ÇEKİÇ B., KAYA M., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Öğrenci İşlerinin Altyapısını Güçlendirme Projesi, 2013 - 2017

BAŞGÖZE P., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Öğretim Üyesi Kariyer Geçiş Desteği, 2015 - 2016

KAVAK B., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B., ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ İÇİN ETKİLİ TUTUNDURMA FAALİYETLERİNİN PLANLANMASI VE UYGULANMASI, 2015 - 2016

BAŞGÖZE P., BAYAR A., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, EKO OTELLERDEN HİZMET SATIN ALMA NİYETİNDE TÜKETİCİ ETİK İNANÇLARI İLE SORUMLU TURİST DAVRANIŞININ ETKİLERİ, 2015 - 2015

## **Atıflar**

Toplam Atıf Sayısı (WOS):20

h-indeksi (WOS):2