

## Prof. PINAR BAŞGÖZE

### Personal Information

Office Phone: [+90 312 297 8700](tel:+903122978700)

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

Email: [pinaran@hacettepe.edu.tr](mailto:pinaran@hacettepe.edu.tr)

Web: <https://avesis.hacettepe.edu.tr/pinaran>

Address: hacettepe üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

### International Researcher IDs

ScholarID: 2KpFD54AAAAJ

ORCID: 0000-0003-4597-5752

Publons / Web Of Science ResearcherID: AAC-3807-2019

ScopusID: 37090320400

Yoksis Researcher ID: 169275

### Education Information

Doctorate, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Turkey 2006 - 2010

Postgraduate, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Turkey 2001 - 2003

Undergraduate, Baskent University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, İşletme, Turkey 1996 - 2000

### Foreign Languages

English, C1 Advanced

### Dissertations

Doctorate, Teknoloji kabul modelinin teknolojik yatkınlık ve marka kredibilitesi değişkenleri eklenerek genişletilmesi:

Satın alma eğilimine uyarlanması, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2010

Postgraduate, Hizmet sektöründe kulaktan kulağa iletişimin etkileri: Ankara'da beş yıldızlı otellerde bir uygulama,

Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2005

### Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

### Academic Titles / Tasks

Professor, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2022 - Continues

Associate Professor, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2016 - 2022

### Academic and Administrative Experience

## Courses

Marketing Management, Undergraduate, 2019 - 2020

Consumer Behavior, Undergraduate, 2019 - 2020

## Advising Theses

Başgöze P., Sadakat programlarında verilen ödüllerin değer algısı ve program sadakati üzerine etkileri, Postgraduate, Y.ATAY(Student), 2020

Başgöze P., Ulusmerkezciliğin küresel kültür konumlandırması ile oluşturulan reklamlara yönelik tutuma etkisi: Irak-Türkiye örneği, Postgraduate, M.SAADULDEEN(Student), 2019

Başgöze P., Tüketicinin türk dizilerinde yer alan kurgusal markalara yönelik tutumunu etkileyen faktörler, Postgraduate, E.BOZLAK(Student), 2019

Başgöze P., Algılanan sosyal medya pazarlamasının kurumsal itibar algısına etkisi üzerine bir araştırma, Postgraduate, H.ÖZDESTİCİ(Student), 2018

Başgöze P., Adalet algısı, olumsuz kulaktan kulağa iletişim ve tekrar satın alma eğilimi: Konaklama işletmelerinde hizmet telafisi üzerine bir uygulama, Postgraduate, K.İŞKORKUTAN(Student), 2018

BAŞGÖZE P., Marka yerleştirme uygulamalarının tüketicilerin tepki süreci üzerine etkisi: Örnek bir nitel çalışma, Postgraduate, B.YILMAZ(Student), 2016

BAŞGÖZE P., Eko oteller den hizmet satın alma niyetinde tüketici etik inançları ile sorumlu turist davranışının etkileri, Postgraduate, N.ASLIHAN(Student), 2015

BAŞGÖZE P., Sosyal medyanın, marka kredibilitésinin ve marka prestijinin satın alma eğilimi üzerine etkileri, Postgraduate, Ş.KAZANCI(Student), 2014

## Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- 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, vol.31, no.6, pp.932-949, 2021 (SSCI)
- 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, vol.35, no.3, pp.388-395, 2017 (SSCI)
- 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, vol.28, pp.782-800, 2017 (SSCI)
- 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, vol.17, no.6, pp.1252-1269, 2016 (SSCI)
- V. **The Service Quality Perception in Student Affairs: A Single Institutional Experience**  
TOSUN M. U., BAŞGÖZE P.  
HACETTEPE UNIVERSİTESİ EĞİTİM FAKÜLTESİ DERGİSİ-HACETTEPE UNIVERSITY JOURNAL OF EDUCATION, vol.30, no.3, pp.131-146, 2015 (SSCI)

## Articles Published in Other Journals

- I. **UNDERSTANDING THE RELATIONSHIP BETWEEN FEAR OF PANDEMICS AND HOTEL VISIT INTENTION: A MULTIPLE MEDIATION MODEL**  
Başgöze P.  
Journal of Tourism Leisure and Hospitality, vol.5, no.2, pp.167-177, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **The Effects of Negative Emotions and Corporate Reputation on Alternative Voice Complaint Behavior of Bank Customers**  
Başgöze P., Özkan Tektaş Ö.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.14, no.3, pp.427-452, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **The Effects of Brand Placement on Consumer Response Process: A Qualitative Research.**  
Başgöze P., Tekin B.  
Journal of Yasar University, vol.16, no.62, pp.890-921, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **EFFECTS of CORPORATE CREDIBILITY and ATTITUDE TOWARDS ADVERTISEMENT on DIMENSIONS of BRAND EQUITY**  
Başgöze P., Özkan Tektaş Ö., Eryiğit C.  
Verimlilik Dergisi, vol.2021, no.1, pp.49-60, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Tüketicinin Kurgusal Markalara Yönelik Tutumunu Etkileyen Faktörler: Türk Dizilerinde Uygulama**  
Başgöze P., Bozlak E.  
Sosyoekonomi, vol.29, no.47, pp.285-299, 2021 (ESCI)
- VI. **THE EFFECT OF CONSUMER ETHNOCENTRISM ON ATTITUDES TOWARDS GLOBAL CONSUMER CULTURE ADVERTISEMENTS: IRAQ – TURKEY EXAMPLE**  
Başgöze P., Saaduldeen Abdulqader Salih M.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.14, no.1, pp.1-30, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Effects of Perceived Social Media Marketing on Corporate Reputation Perception: Personification Metaphor**  
Başgöze P., Özdestici Yörük H.  
Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.11, no.1, pp.95-127, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Adalet Algısı Boyutlarının Şikâyet Sonrası Davranışlar Üzerine Etkileri: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama**  
Başgöze P., İşkorkutan K.  
Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, vol.4, no.1, pp.374-387, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **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, vol.11, no.2, pp.291-319, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Eko Otellerden Hizmet Satın Alımında Kuşaklar Arası Farklılaşmalar Üzerine Bir Çalışma**  
BAŞGÖZE P., BAYAR N. A.  
Sosyoekonomi Dergisi, vol.23, no.24, pp.118-130, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **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, vol.2, no.3, pp.26-35, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Sosyal Medyanın Marka Kredibilitesi ve Marka Prestijinin Satın Alma Eğilimi Üzerine Etkileri**  
KAZANCI Ş., BAŞGÖZE P.  
A. Ü. Siyasal Bilgiler Fakülte Dergisi, vol.70, no.2, pp.435-456, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **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, vol.32, no.1, pp.29-54, 2014 (Peer-Reviewed Journal)

- XIV. **Does the Consequences of Overall Service Quality and Transaction Specific Service Quality Differ**  
ÖZER L., BAŞGÖZE P.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT REVIEW, vol.2, no.1, pp.52-65, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **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, vol.10, pp.79-94, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **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, vol.2, no.5, pp.1-9, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **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, vol.2, no.3, pp.5-12, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **Gender Effect on Brand Credibility and Purchase Relation Does BC Vary Among Different Brands**  
BAŞGÖZE P., ÖZER L.  
International Journal of Arts and Commerce, vol.1, no.5, pp.58-69, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **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, vol.2, no.20, pp.292-298, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **Ethcal Perceptions and Green Buying Behavior of Consumers A Cross National Explotary Study**  
BAŞGÖZE P., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
JOURNAL OF ECONOMICS AND BEHAVIORAL STUDIES, vol.4, no.8, pp.477-488, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **Effects of Brand Credibility on Technology Acceptance Model Adaptation of the Model to the Purchase Intention**  
BAŞGÖZE P., ÖZER L.  
International Journal of Humanities and Social Science, vol.2, no.20, pp.292-298, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XXII. **Effects of hedonic-utilitarian motives and life style on attitudinal-behavioral loyalty**  
KAVAK B., Tektaş Ö. Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P.  
Bogazici Journal, vol.24, pp.21-40, 2010 (Scopus)
- XXIII. **Hizmet Satın Alma Sürecinde Kulaktan Kulağa İletişim**  
ÖZER L., BAŞGÖZE P.  
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi, vol.23, no.1, pp.203-224, 2005 (Peer-Reviewed Journal)

## **Books & Book Chapters**

- I. **Pazarlamada Etik**  
Özkan Tektaş Ö., Başgöze P., Eryiğit C.  
Detay Yayıncılık, Ankara, 2020
- II. **Dijital Bağımlılıklar: Netlessfobi, Nomofobi ve Fomo**  
BAŞGÖZE P.  
in: Dijital Dönüşüm Ekseninde İşletme Uygulamaları, Prof. Dr. Muazzez Babacan, Editor, Detay Yayıncılık, Ankara, pp.509-544, 2019
- III. **Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Analizi.**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.  
in: Türkiyede Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi (1955-2015), Babacan, Muazzez, Editor, Beta, İstanbul, pp.275-

296, 2016

- IV. **ULUSAL PAZARLAMA KONGRELERİNDE SUNULAN BİLDİRİLERİN KATEGORİK OLARAK İNCELENMESİ**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.  
in: Türkiye de Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi, Muazzez Babacan, Editor, beta, 2016
- V. **Marka Kimliği ve Marka Kişiliği**  
BAŞGÖZE P.  
in: Marka Yönetimi, Prof. Dr. Szer Korkmaz, Editor, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, pp.1-19, 2014
- VI. **Differentiation of Consumer Ethical Beliefs Towards Consumer Lifestyles**  
BAŞGÖZE P., ÖZER L., HAMİDLİ V.  
in: Business Ethics Contemporary Global and Regional Issues, Simon Robinson, Mahmut Arslan, Editor, Lambert Academic Publishing, pp.117-136, 2012

### **Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings**

- I. **Do Consumer Ethical Beliefs Influence the Responsible Tourist Behaviour for Eco Hotel Visit Intention**  
BAŞGÖZE P., BAYAR N. A.  
EBEN 28th Annual Conference, Turkey, 26 - 28 June 2015
- II. **Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Kategorik Olarak İncelenmesi**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., BAŞGÖZE P.  
19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 18 - 22 June 2014, pp.110-130
- III. **Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Kategorik Olarak İncelenmesi**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.  
19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gaziantep, Turkey, 18 - 22 June 2014, pp.110-130
- IV. **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, Turkey, 6 - 07 June 2013
- V. **Tüketicilerin Etik Algıları ve Çevreci Satın Alma Davranışları Ülkelerarası Keşifsel Bir Araştırma**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., BAŞGÖZE P.  
17. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 18 - 21 October 2012, pp.297-304
- VI. **The Differentiation of Consumer Ethical Beliefs Toward Consumer Lifestyles and Consumer Optimism/Pessimism**  
BAŞGÖZE P., ÖZER L., Hamidli V.  
21 th Euepan Business Ethics Network Annual Conference, Antalya, Turkey, 17 October 2008
- VII. **Behavioral Consequences of Service Quality Differentiation of Complaint Behavior Among Quality Dimensions**  
BAŞGÖZE P., ÖZER L.  
9th International Forum on The Sciences, 29 - 30 November 2007, pp.157-172
- VIII. **Kulaktan Kulağa İletişim ve Geleneksel Reklamın Müşteri Değer Algısı Üzerine Etkilerinin İncelenmesine Yönelik Keşifsel Bir Çalışma**  
BAŞGÖZE P.  
11. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 1 - 03 November 2006, pp.175-190

### **Supported Projects**

BAŞGÖZE P., Project Supported by Higher Education Institutions, Öğrenci İşlerinde Hizmet Kalitesi Algısı Kurumsal Bir Deneyim, 2016 - 2017

KAVAK Y., TOSUN M. U., KABAĞCI H., ÖZCAN S., BAŞGÖZE P., BAYHAN KARAPINAR P., ÇEKİÇ B., KAYA M., Project

Supported by Higher Education Institutions, Öğrenci İşlerinin Altyapısını Güçlendirme Projesi, 2013 - 2017  
BAŞGÖZE P., Project Supported by Higher Education Institutions, Öğretim Üyesi Kariyer Geçiş Desteği, 2015 - 2016  
KAVAK B., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B., ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., Project Supported by Higher Education Institutions,  
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ İÇİN ETKİLİ TUTUNDURMA FAALİYETLERİNİN PLANLANMASI VE  
UYGULANMASI, 2015 - 2016  
BAŞGÖZE P., BAYAR A., Project Supported by Higher Education Institutions, EKO OTELLERDEN HİZMET SATIN ALMA  
NİYETİNDE TÜKETİCİ ETİK İNANÇLARI İLE SORUMLU TURİST DAVRANIŞININ ETKİLERİ, 2015 - 2015

## **Metrics**

Publication: 42  
Citation (WoS): 37  
Citation (Scopus): 40  
H-Index (WoS): 4  
H-Index (Scopus): 3