

Prof. 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

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

Posta Adresi: hacettepe üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: 2KpFD54AAAAJ

ORCID: 0000-0003-4597-5752

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

ScopusID: 37090320400

Yoksis Araştırmacı ID: 169275

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

Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2022 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2016 - 2022

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, cilt.31, sa.6, ss.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, cilt.35, sa.3, ss.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, cilt.28, ss.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, cilt.17, sa.6, ss.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 DERGISİ-HACETTEPE UNIVERSITY JOURNAL OF EDUCATION, cilt.30, sa.3, ss.131-146, 2015 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **UNDERSTANDING THE RELATIONSHIP BETWEEN FEAR OF PANDEMICS AND HOTEL VISIT INTENTION: A MULTIPLE MEDIATION MODEL**
Başgöze P.
Journal of Tourism Leisure and Hospitality, cilt.5, sa.2, ss.167-177, 2024 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.14, sa.3, ss.427-452, 2021 (Hakemli Dergi)
- III. **Marka Yerleştirme Uygulamalarının Tüketicilerin Tepki Süreci Üzerine Etkisi: Nitel Bir Çalışma.**
Başgöze P., Tekin B.
Journal of Yasar University, cilt.16, sa.62, ss.890-921, 2021 (Hakemli Dergi)
- IV. **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 (Hakemli Dergi)
- V. **Tüketicinin Kurgusal Markalara Yönelik Tutumunu Etkileyen Faktörler: Türk Dizilerinde Uygulama**
Başgöze P., Bozlak E.
Sosyoekonomi, cilt.29, sa.47, ss.285-299, 2021 (ESCI)
- VI. **Tüketici Ulus Merkeziliğinin 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 (Hakemli Dergi)
- VII. **Sosyal Medya Pazarlamasının Kurumsal İtibar Algısına Etkisi: Kişiselleştirme Metaforu**
Başgöze P., Özdestici Yörük H.
Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.11, sa.1, ss.95-127, 2021 (Hakemli Dergi)
- VIII. **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 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.11, sa.2, ss.291-319, 2019 (Hakemli Dergi)
- X. **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 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.2, sa.3, ss.26-35, 2015 (Hakemli Dergi)
- XII. **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 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.32, sa.1, ss.29-54, 2014 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.2, sa.1, ss.52-65, 2014 (Hakemli Dergi)

- 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, cilt.10, ss.79-94, 2013 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.2, sa.5, ss.1-9, 2013 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.2, sa.3, ss.5-12, 2013 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.1, sa.5, ss.58-69, 2012 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.2, sa.20, ss.292-298, 2012 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, sa.8, ss.477-488, 2012 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.2, sa.20, ss.292-298, 2012 (Hakemli Dergi)
- XXII. **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 (Scopus)
- XXIII. **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 (Hakemli Dergi)

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 Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Analizi.**
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.
Türkiyede Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi (1955-2015)., Babacan, Muazzez, Editör, Beta, İstanbul, ss.275-296, 2016
- IV. **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
- V. **Marka Kimliği ve Marka Kişiliği**
BAŞGÖZE P.

VI. 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. **Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Kategorik Olarak İncelenmesi**
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.
19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gaziantep, Türkiye, 18 - 22 Haziran 2014, ss.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, Türkiye, 6 - 07 Haziran 2013
- V. **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
- VI. **The Differentiation of Consumer Ethical Beliefs Toward Consumer Lifestyles and Consumer Optimism/Pessimism**
BAŞGÖZE P., ÖZER L., Hamidli V.
21 th Eurepan Business Ethics Network Annual Conference, Antalya, Türkiye, 17 Ekim 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 Kasım 2007, ss.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, 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

Metrikler

Yayın: 42

Atıf (WoS): 37

Atıf (Scopus): 40

H-İndeks (WoS): 4

H-İndeks (Scopus): 3