

Öğr. Gör. İSMAİL ÇAKMAK



Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 224 294 2686](tel:+902242942686) Dahili: 62424

E-posta: ismailcakmak@uludag.edu.tr

Web: <https://avesis.uludag.edu.tr/ismailcakmak>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: Jh_DqPoAAAAJ

ORCID: 0000-0002-7224-4624

Publons / Web Of Science ResearcherID: HTR-4922-2023

Yoksis Araştırmacı ID: 31227



Eğitim Bilgileri

Doktora, Bursa Uludağ Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme, Türkiye
2020 - Devam Ediyor

Yüksek Lisans, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli),
Türkiye 2009 - 2014

Lisans, Marmara Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye
2005 - 2009

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

Yüksek Lisans, Profesyonel Spor Kulüplerinin Marka İmajını Belirleyen Faktörler, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü, 2014

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Öğretim Görevlisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, ORHANELİ MYO, BÜRO HİZMETLERİ VE SEKRETERLİK, 2015 - Devam
Ediyor

Araştırma Görevlisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - 2014

Akademik İdari Deneyim

Verdiği Dersler

Hizmet Pazarlaması, Ön Lisans, 2023 - 2024
Ticari Matematik, Ön Lisans, 2023 - 2024
Tüketici Davranışı, Ön Lisans, 2023 - 2024
Pazarlama İlkeleri, Ön Lisans, 2023 - 2024
Müşteri İlişkileri Yönetimi, Ön Lisans, 2023 - 2024
Satış Yönetimi, Ön Lisans, 2023 - 2024
Genel İşletme, Ön Lisans, 2023 - 2024
Ticari Matematik, Ön Lisans, 2023 - 2024
Kişisel Satış Teknikleri, Ön Lisans, 2023 - 2024
Genel İşletme, Ön Lisans, 2023 - 2024

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. Bankacılık Sektöründe Duyusal Marka Deneyimi ve Çalışan Empatisinin Marka Değeri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi**
ÇAKMAK İ., TAŞKIN Ç.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, cilt.6, sa.2, ss.247-263, 2020 (Hakemli Dergi)
- II. Online Reklamın Rahatsız Ediciliği ve Tüketici Kaygısı Öncüllerinin Tüketicilerin Reklama Karşı Tutumu ve Davranışsal Niyeti Üzerindeki Etkisi**
ÇAKMAK İ., TAŞKIN Ç.
Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi, cilt.1, sa.1, ss.42-51, 2020 (Hakemli Dergi)
- III. The role of brand awareness on brand image, perceived quality and effect on risk in create brand trust**
ÇAKMAK İ.
Global Journal on Humanities and Social Sciences, sa.4, ss.177-186, 2016 (Hakemli Dergi)

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. Destinasyon Marka Kişiliği: Bandırma Üzerinde Bir Araştırma**
TAŞKIN Ç., KARADAMAR A. A., ÖZTÜRK O., ÇAKMAK İ.
3. ULUSLARARASI BÖLGESEL KALKINMA VEÜNİVERSİTELERİN ROLÜ SEMPOZYUMU, Balıkesir/Bandırma, Türkiye, 21 - 22 Kasım 2019
- II. Ortadoğu Türkmen Coğrafyasında Girişimcilik Koşulları ve Fırsatları**
ÇAKMAK İ.
Tarihte ve Günümüzde Orta Doğuda Türkmenler (İran-İrak-Türkiye), Bilecik, Türkiye, 6 - 08 Mayıs 2014

Desteklenen Projeler

Poroy Arsoy A., Bayram Arlı N., Ertan Y., Yücel E., Taşkın Ç., Gürsakal S., Saraç M., Aytaç A., Öztürk O., Aydemir Dev M., et al., UFUK AVRUPA Projesi, Strengthening the Research Capacity of Turkey in Innovative Business Models for the Hospitality Sector (REMODEL), 2023 - 2025

Metrikler

Yayın: 5