

# Prof. Dr. ÇİĞDEM ŞAHİN BAŞFIRINCI

## Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 462 377 7295](tel:+904623777295)

E-posta: [cbasfirinci@ktu.edu.tr](mailto:cbasfirinci@ktu.edu.tr)

Web: <https://avesis.ktu.edu.tr//cbasfirinci>

Posta Adresi: KTÜ, Fatih Kampüsü, İletişim Fakültesi, 61335 Söğütü/Trabzon

## Eğitim Bilgileri

Doktora, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama , Türkiye 2001 - 2006

## Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

## Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi, Kitle İletişimi ve Araçları, Reklamcılık ve Tanıtım

## Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, 2015 - Devam Ediyor

## Akademik İdari Deneyim

Karadeniz Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi Fakülte Yönetim Kurulu Doçent Temsilcisi, Fakülte Yönetim Kurulu Doçent Temsilcisi, 2016 - Devam Ediyor

Karadeniz Teknik Üniversitesi, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık, 2016 - Devam Ediyor

Karadeniz Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, 2013 - Devam Ediyor

Karadeniz Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık Bölümü, 2012 - Devam Ediyor

Karadeniz Teknik Üniversitesi, 2006 - 2011

## Verdiği Dersler

Tüketim Kültürü ve Toplumsal Cinsiyet, Doktora, 2017 - 2018

Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2016 - 2017

Pazarlama, Lisans, 2016 - 2017

Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Lisans, 2016 - 2017

Marka İletişim Stratejileri, Lisans, 2017 - 2018

Genel İşletmecilik, Lisans, 2017 - 2018

Tüketici Davranışları, Lisans, 2017 - 2018  
New Trends on Marketing, Yüksek Lisans, 2017 - 2018  
Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2016 - 2017

## Jüri Üyelikleri

Tez Savunma (Doktora), REKLAM BEĞENİLİRLİĞİ, ANADOLU ÜNİVERSİTESİ, Aralık, 2016

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

- I. **A cross cultural investigation of airlines service quality through integration of Servqual and the Kano model**  
Basfirinci C., Mitra A.  
JOURNAL OF AIR TRANSPORT MANAGEMENT, cilt.42, ss.239-248, 2015 (SSCI)
- II. **The Impact of Consumer Ethnocentrism, Product Involvement, and Product Knowledge on Country of Origin Effects: An Empirical Analysis on Turkish Consumers' Product Evaluation**  
Cilingir Z., Basfirinci C.  
Journal of International Consumer Marketing, cilt.26, sa.4, ss.284-310, 2014 (SCI-Expanded)
- III. **Effect of brand origin on brand personality perceptions: An empirical analysis from Turkey**  
Basfirinci C.  
Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, cilt.25, sa.4, ss.539-560, 2013 (SSCI)
- IV. **A study about modern Turkish consumption culture Modern türk tüketim kültürüne yönelik bir araştırma**  
Başfirinci Ç.  
Milli Folklor, cilt.12, sa.91, ss.115-129, 2011 (SCI-Expanded)
- V. **The impact of board composition on corporate financial and social responsibility performance: Evidence from public-listed companies in Turkey**  
Şahin K., Basfirinci C. S., Ozsalih A.  
AFRICAN JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT, cilt.5, sa.7, ss.2959-2978, 2011 (SSCI)
- VI. **The impact of board composition on corporate financial and social responsibility performance: Evidence from public-listed companies in Turkey**  
ŞAHİN K., ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç., ÖZSALİH A.  
AFRICAN JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT, cilt.5, sa.7, ss.2959-2978, 2011 (SSCI)
- VII. **An Application of Integrating Servqual and Kano's Model Into QFD For Logistics Services: A Case Study From Turkey**  
Baki B., Şahin Başfirinci Ç., Çilingir Z., Ar İ. M.  
ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING AND LOGISTICS, cilt.21, sa.1, ss.106-126, 2009 (SSCI)
- VIII. **Bir Pazarlama İletişim Medyası olarak Web Ortamında İçerik Analizi Yapmanın Güçlükleri ve Olası Çözüm Önerileri**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü, sa.61, ss.52-71, 2008 (SCI-Expanded)

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **The Construction of Gender through Children's Advertisements: A Content Analysis of Children's Advertisements on Turkish TV Channels**  
Basfirinci C., Altintas M.

ISTANBUL BUSINESS RESEARCH, cilt.47, sa.2, ss.208-232, 2018 (ESCI)

- II. **Cybersecurity Perceptions of University Students in Turkey**  
YALIN B., ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
eKiad Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, cilt.5, sa.16, ss.2-14, 2018 (Hakemli Dergi)
- III. **İzleyici Gözünden Toplumsal Cinsiyete Meydan Okuyan Reklamlar**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç., ERGÜL B., ÖZGÜDEN B.  
ULUSLARARASI İKTİSADİ VE İDARİ İNCELEMELER DERGİSİ, sa.20, ss.199-216, 2018 (Hakemli Dergi)
- IV. **Gender-based food stereotypes among Turkish university students**  
Başfirinci C., ÜK Z. Ç.  
YOUNG CONSUMERS, cilt.18, sa.3, ss.223-244, 2017 (ESCI)
- V. **Haber Kanallarına İlişkin Alguların Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi: CNN Türk , Haber Türk ve NTV Kanallarına Yönelik Bir Araştırma**  
ÖZMEN Ş. Y., ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
İLETİŞİM KURAM VE ARAŞTIRMA DERGİSİ, sa.43, ss.15-39, 2016 (Hakemli Dergi)
- VI. **Marka İmajının Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi: Turkcell ve Vodafone Markalarına Yönelik Bir Araştırma**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ, cilt.3, sa.2, ss.25-50, 2016 (Hakemli Dergi)
- VII. **Creating A Successful Brand Through Marketing Innovation: A Case Study of T-Box from Turkey**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Journal of Economics, Business and Management, cilt.4, sa.7, ss.472-475, 2016 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Türk Atasözlerinde Alışveriş Olgusu**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
TÜKETİCİ VE TÜKETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ, cilt.2, ss.142-165, 2015 (Hakemli Dergi)
- IX. **"Anthropomorphism and Advertising Effectiveness: Moderating Roles of Product Involvement and The Type of Consumer Need**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç., ÇİLİNGİR Z.  
Journal of Social and Administrative Sciences, cilt.2, sa.3, ss.108-131, 2015 (Hakemli Dergi)
- X. **A Qualitative Study about the Role of Brand User Stereotypes on Advertising**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
ULUSLARARASI İKTİSADİ VE İDARİ İNCELEMELER DERGİSİ, sa.13, ss.57-74, 2014 (Hakemli Dergi)
- XI. **Sembolik Tüketim ve Tüketim Öykülerinin Hermeneutik Yaklaşımla Yorumlanmasına İlişkin Bir Uygulama**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
ULUSLARARASI İKTİSADİ VE İDARİ İNCELEMELER DERGİSİ, sa.7, ss.183-209, 2011 (Hakemli Dergi)
- XII. **Music Genre as a Marketing Communication Tool: A Study on Drinks Market in Turkey**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Journal of Euromarketing, sa.19, ss.247-268, 2010 (Hakemli Dergi)
- XIII. **An Evaluation and Application of Using Canonical Correlation Analysis in Marketing Research**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
ULUSLARARASI İKTİSADİ VE İDARİ İNCELEMELER DERGİSİ, sa.3, ss.41-68, 2009 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Marka Kişiliği ve Pazarlama Teorisi İçindeki Yeri**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Pi-Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, sa.4, ss.24-34, 2008 (Hakemsiz Dergi)
- XV. **Sivil Toplum Kuruluşlarının İletişim Çabalarında Bir Medya Olarak İnternet**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Pi-Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, sa.3, ss.4-14, 2007 (Hakemsiz Dergi)
- XVI. **Marka Sermayesinin Hesaplanmasında Kullanılan Davranışsal Modellere Yönelik Bir İnceleme ve Değerlendirme**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Pazarlama Dünyası Dergisi, ss.42-53, 2006 (Hakemsiz Dergi)

- XVII. **Karadeniz Kendine Ait Markalar Yaratmalı**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Mediacat Aylık Pazarlama İletişimi Dergisi, sa.135, ss.64, 2006 (Hakemsiz Dergi)
- XVIII. **Marka Sermayesinin Hesaplanmasında Kullanılan Finansal Yaklaşımlara Yönelik Kavramsal Bir Perspektif**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
İKTİSAT İŞLETME VE FINANS, sa.232, ss.122-131, 2005 (Hakemli Dergi)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

- I. **Is Advertisement Really Dead?**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç., Şener G.  
Marketing Management in Turkey, Öztürkcan, S., Yolbulan Okan, A. , Editör, Emerald Publishing, London, 2018
- II. **Müşterilerle İlişkiler ve Pazarlarla İletişim**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2008
- III. **Müşteri İlişkileri ve Müşteri Memnuniyeti**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Müşterilerle İlişkiler ve Pazarlarla İletişim, Şahin Başfırinci, Ç., Editör, Sistem Yayıncılık, İstanbul, ss.7-93, 2008
- IV. **Mesleki İngilizce**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Müşterilerle İlişkiler ve Pazarlarla İletişim, Şahin Başfırinci, Ç., Editör, Sistem Yayıncılık, İstanbul, ss.213-239, 2008
- V. **Tüketicilerin Markalı Ürünlere Yönelik Olumlu Tutum ve Davranış Geliştirmelerinde Marka Kişiliğinin Rolüne İlişkin Bir Araştırma**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Pazarlama Araştırmaları, Kurtuluş, K., Editör, Literatür Yayıncılık, İstanbul, ss.772-809, 2006

## **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

- I. **Yerel Ve Çokuluslu Firmalarda Yönetim Kurulu Yapısı, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Finansal Performans Farklılıkları**  
ŞAHİN K., İLHAN NAS T., ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç., ÖZSALİH A.  
18. YÖNETİM VE ORGANİZASYON KONGRESİ, Adana, Türkiye, cilt.1, ss.358
- II. **Gift Shopping Behavior among Turkish University Students**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
International Social Sciences and Humanities Berlin Conference, Berlin, Almanya, 17 - 21 Mayıs 2017, ss.11
- III. **Criticizing Brands by using their own Advertisements in the Social Media: Advertisements Adapted by Consumers as a New Form of Consumer Response**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç., ŞENER G.  
III. International New Media Conference, İstanbul, Türkiye, 20 - 21 Nisan 2017, ss.47-76
- IV. **Hizmet Kalitesinin Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi : İnternet Üzerinden Hediye Satışı Yapan Web Sitelerine Yönelik Bir Araştırma**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.  
Uluslararası Türk Dünyası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Kongresi, Antalya, Türkiye, 1 - 04 Aralık 2016
- V. **Real Time Social Media Marketing: A Case Study of Turkcell's Youth Club: GNCTRKCLL**  
ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç., Çilingir Ük Z.  
II. INTERNATIONAL NEW MEDIA CONFERENCE, İstanbul, Türkiye, 21 Nisan 2016, ss.133-154
- VI. **Can Foods Be Masculine or Feminine? A research on Food Preferences, Gender, and Desired Identity**  
ÇİLİNGİR Z., ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç.

Food in Society and Culture Conference, Helsinki, Finlandiya, 4 - 06 Mayıs 2015, cilt.1, sa.1, ss.44-45

- VII. **Yönetim Kurulu Yapısının İşletmelerin Finansal Ve Sosyal Sorumluluk Performansı Üzerindeki Etkisi**  
ŞAHİN K., ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç., ÖZSALİH A.  
1. Örgüt Kuramı Çalıştayı, Ankara, Türkiye, 12 - 13 Şubat 2010, ss.33-46

## **Desteklenen Projeler**

ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç., TÜBİTAK Projesi, "2221 Konuk veya Akademik İzinli (Sabbatical) Bilim İnsanı Destekleme Programı, 2017 - Devam Ediyor

YAVUZ Ş., ŞAHİN BAŞFIRINCI Ç., AB Çerçeve Programları Destekli Proje, Müşterilerle İlişkiler ve Pazarlarla İletişim, 2007 - 2008

## **Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler**

ULUSLARARASI İKTİSADİ VE İDARİ İNCELEMELER DERGİSİ, Editörler Kurulu Üyesi, 2014 - Devam Ediyor  
KTÜ İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ EDİTÖRÜ, Editör, 2010 - 2012

## **Bilimsel Hakemlikler**

The Journal of Academic Social Science, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Kasım 2017  
The Journal of Academic Social Science, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Eylül 2017  
İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Temmuz 2017  
İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Haziran 2017  
Total Quality Management & Business Excellence, SSCI Kapsamındaki Dergi, Nisan 2017  
Total Quality Management & Business Excellence, SSCI Kapsamındaki Dergi, Nisan 2017  
Total Quality Management & Business Excellence, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mart 2017  
The Journal of Academic Social Science, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Ocak 2017  
The Journal of Academic Social Science, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Ocak 2017  
Journal of Air Transport Management, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2017  
The Journal of Academic Social Science, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Ocak 2017  
Journal of Air Transport Management, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2017  
Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Temmuz 2016  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mayıs 2016  
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mart 2016  
Journal of International Consumer Marketing, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Nisan 2015  
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mart 2015  
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mart 2015  
Journal of Air Transport Management, SSCI Kapsamındaki Dergi, Şubat 2015

## **Metrikler**

Yayın: 38

Atıf (WoS): 84

Atıf (Scopus): 95

H-İndeks (WoS): 3

H-İndeks (Scopus): 3

## **Kongre ve Sempozyum Katılımı Faaliyetleri**

Food in Society and Culture conference, Katılımcı, Helsinki, Finlandiya, 2015