

Asst. Prof. MEHMET ALİ PAYLAN

Personal Information

Office Phone: [+90 228 214 1638](tel:+902282141638)

Email: mehmetali.paylan@bilecik.edu.tr

Web: <https://avesis.bilecik.edu.tr/mehmetali.paylan>

International Researcher IDs

ScholarID: DF0ZnQMAAAAJ

ORCID: 0000-0002-6739-2649

Publons / Web Of Science ResearcherID: AAR-5576-2020

ScopusID: 58066698300

Yoksis Researcher ID: 129526

Education Information

Undergraduate, Anadolu University, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 2002 - Continues

Doctorate, Erciyes University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 2007 - 2013

Postgraduate, Eskisehir Osmangazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Turkey 2004 - 2007

Associate Degree, Marmara University, Vocational School Of Social Sciences, Economics And Administrative Programs, Turkey 2000 - 2002

Foreign Languages

English, C1 Advanced

Dissertations

Doctorate, Çevreye duyarlı satın alma davranışını etkileyen etkenler üzerine karşılaştırmalı bir araştırma, Erciyes University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2013

Research Areas

Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Assistant Professor, Bilecik Seyh Edebali University, Osmaneli Meslek Yüksekokulu, Yönetim Ve Organizasyon, 2015 - Continues

Academic and Administrative Experience

Director of Vocational School, Bilecik Seyh Edebali University, Osmaneli Meslek Yüksekokulu, Yönetim Ve Organizasyon,

Courses

Tüketici Davranışlarına Döngüsel Ekonomi Yaklaşımı, Postgraduate, 2023 - 2024
Dış Ticaret Finansman Teknikleri, Associate Degree, 2016 - 2017
TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ, Associate Degree, 2016 - 2017, 2015 - 2016
Mesleki İngilizce I, Associate Degree, 2016 - 2017
Uluslararası Pazarlama, Associate Degree, 2016 - 2017
Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik, Associate Degree, 2015 - 2016
Mesleki Çalışma ve Seminer I, Associate Degree, 2015 - 2016
Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, Associate Degree, 2015 - 2016
İstatistik, Associate Degree, 2015 - 2016, 2014 - 2015
Pazarlama, Associate Degree, 2014 - 2015
Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik, Associate Degree, 2014 - 2015

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **A study on the mediating effect of brand trust between perceived legitimacy of influencers and attitude toward brand: evidence from Turkey**
Bora Semiz B., PAYLAN M. A.
Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, vol.35, no.9, pp.2181-2197, 2023 (SSCI)

Articles Published in Other Journals

- I. **A CRITIQUE ON THE CONCEPTUAL FRAMEWORK OF THE CONSUMER AS A TRANSCENDENT CONSUMER: FROM CONSUMER TO THEOSUMER**
Paylan M. A.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.15, no.3, pp.901-930, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **A Study on the Mediating Effect of Financial Literacy Between Personality Traits and Irrational Buying Behaviors**
Paylan M. A., Kavas Y. B.
Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.23, no.2, pp.736-746, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **The Effect Of Reduced Perceived Financial Well-Being On Domestic Product Purchasing Behavior: The Case Of Turkey During COVID-19**
Paylan M. A., Kavas Y. B.
IIUM JOURNAL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT, vol.29, no.2, pp.331-360, 2021 (ESCI)
- IV. **A Study in the COVID-19 Process on Determining the Moderated Mediation Effect of Consumer Confidence Between Perceived Financial Well-Being, Prosocial Consumer Ethnocentrism Tendencies and Domestic Product Purchase Behaviour**
PAYLAN M. A., KAVAS Y. B.
Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.19, pp.398-412, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Consumer Ethnocentrism: An Application of CEESCALE on Syrian Refugees**
PAYLAN M. A., ÇETİNKAYA C., ÖZCEYLAN E., DABBAA A.
Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.16, no.4, pp.937-949, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **"Genişletilmiş Benlik" Üzerine Bir Eleştiri: "Matafora Olarak Consumer"**
PAYLAN M. A.
T.C İstanbul Medeniyet Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, vol.2, no.1, pp.65-92, 2017 (Peer-Reviewed)

Journal)

- VII. **Tüketim Yoluyla Kimlik İnşası Düşüncesinin Mekân ve Nesne Tasavvuru Bağlamında Açılması Üzerine Bir Giriş Denem3si**
PAYLAN M. A.
NİĞDE ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, vol.8, no.3, pp.59-67, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Çevreye Duyarlı Satın Alma Davranışını Belirleyen Etkenler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma**
PAYLAN M. A., VARİNLİ İ.
ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSİTESİ İIBF DERGİSİ-ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, vol.10, no.1, pp.153-176, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **A Comperative Research on the Determinants of Environmentally-Conscious Consumption**
Paylan M. A., Varinli I.
Eskişehir Osmangazi University Journal of Economics and Administrative Sciences, vol.10, no.1, pp.153-176, 2015 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Kümeleme Analizi ile Finansal Okuryazarlık ve İrrasyonel Satın Alma Davranışlarına Yönelik Bir Araştırma**
PAYLAN M. A., KAVAS Y. B.
in: MUHASEBE-ORGANİZAYON-PAZARLAMA: Anlayış, Tartışma ve Gelişmeler (1. Basım), Karabulut Şahin, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.369-391, 2021
- II. **Dindarlık ve Tüketici Etnosentrizmi: CEESCALE Ölçeği ile Bir Uygulama**
PAYLAN M. A.
in: İşletme Bilimi Kapsamında Sektörel Araştırmalar İş Dünyasına ve Akademiye Yönelik Değerlendirmeler, Tüfekci Nezihe, Editor, Strategic Researches Academy, pp.283-296, 2018

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Sürdürülebilirlik Endeksi Hissesi Satın Alma Niyetinin Değer-Tutum-Davranış Modeli Kapsamında İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma**
PAYLAN M. A.
4. ULUSLARARASI BANKACILIK KONGRESİ, Bilecik, Turkey, 16 May 2024
- II. **Sosyal Medya Fenomenlerinin Tüketiciler Açısından Meşruiyetine (Kabulüne) Yönelik Bir Model Önerisi**
BORA SEMİZ B., PAYLAN M. A.
25. PAZARLAMA KONGRESİ, Ankara, Turkey, 30 June 2021
- III. **Examining The Impact Of The Legitimacy Of Social Media Influencers On Attitude Towards The Brand And Purchase Intention From A Consumer Perspective**
PAYLAN M. A., BORA SEMİZ B.
37th IBIMA Conference, Cordoba, Argentina, 1 - 02 April 2021
- IV. **The effect of perceived financial well-being on domestic product purchase during covid-19: moderating role of prosocial consumer ethnocentrism and income**
PAYLAN M. A., KAVAS Y. B.
8th International Conference on Contemporary Marketing Issues, Virtual Conferece, Virtual Conference, Greece, 11 - 13 September 2020, pp.81-88
- V. **Tüketici Davranışının Teorik İnşası Üzerine Bir İnceleme**
PAYLAN M. A.
II. INTERNATIONAL ACADEMIC RESEARCH CONGRESS, ALANYA / ANTALYA, Turkey, 18 - 21 October 2017,

pp.1993-1999

VI. Tarihsel Perspektiften Geleceęe Pazarlamanın Seyri

PAYLAN M. A., TORLAK Ö.

14. ULUSAL PAZARLAMA KONGRESİ, Yozgat, Turkey, 15 - 17 February 2009, pp.1-11

Memberships / Tasks in Scientific Organizations

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERNEğİ , Member, 2023 - Continues, Turkey

Scientific Refereeing

Politik Ekonomik Kuram, National Scientific Refreed Journal, December 2023

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, National Scientific Refreed Journal, August 2023

ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING AND LOGISTICS, National Scientific Refreed Journal, February 2023

Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, National Scientific Refreed Journal, August 2022

Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, National Scientific Refreed Journal, March 2022

Göç Araştırmaları Dergisi, National Scientific Refreed Journal, February 2022

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, National Scientific Refreed Journal, November 2021

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, National Scientific Refreed Journal, August 2021

KAFKAS ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERęİSİ , National Scientific Refreed Journal, November 2020