

**İsim/Soyisim: E. BAŞAK TAVMAN**

**Ünvan :** Araştırma Görevlisi & IB İşletme Yönetimi Öğretmeni

**Öğrenim Durumu:** Doktora

Derece	Bölüm	Üniversite	Yıl
Lisans	İşletme (İng)	Beykent Üniversitesi	2013
Yüksek Lisans	Pazarlama	Marmara Üniversitesi	2016
Doktora	Pazarlama	Marmara Üniversitesi	2016-Halen

### **Burslar ve Ödüller**

Beykent Üniversitesi- Bölüm 2.ligi ve Yüksek Onur Öğrencisi

Marmara Üniversitesi- Yüksek Onur Öğrencisi (Yüksek Lisans)

Marmara Üniversitesi- Yüksek Onur Öğrencisi (Doktora)

### **Görevler**

Araştırma Görevlisi Işık Üniversitesi (Yarı zamanlı), 2016-2017

Araştırma Görevlisi Maltepe Üniversitesi, 2017-2018

Araştırma Görevlisi Işık Üniversitesi, 2018-Halen

IB İşletme Yönetimi Öğretmeni FMV Işık Okulları (Yarı zamanlı), 2020-Halen

### **Yayımlar**

#### **Makaleler**

Tavman, E. B. Shelby D. Hunt: Pazarlama Bilimine Katkıları. *Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 26-40.

Tavman, E. B., & Soyak, S. Geçmişten Günümüze Pazarlama Sistemi Düşünce Okulu. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 19(4), 157-170.

Sağlam, M., & Tavman, E. B. (2021). The moderator role of perceived susceptibility and severity in relationship perceived threat, anxiety, and impulsive buying in Covid-19 period. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(2), 673.

Sağlam, M., & Tavman, E. B. (2021). Covid 19 Döneminde Algılanan Tehdit, Algılanan Ciddiyet ve Kendini İzole Etme Niyetinin Dürtüsel Satın Alma Üzerindeki Etkisi: Bir Seri Aracılık Modeli İncelemesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2256-2271.

Bal, E., & Tavman, E. B. Impact of Covid-19 outbreak on Consumer Behavioral Responses in the Turkish Context. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 15-32.

### **Konferans Bildirleri**

Tavman, E. B., & Başçı, A. (2018). Determining consumers' electronic word of mouth motivations in online communities and a study, *Proceedings of the International Congress on Business and Marketing*

Tavman, E.B.& Tıǧlı, M. (2021). A Qualitative Study of the Factors Affecting the Intention to Pay for Premium Services, *Ispac International Congress on Multidisciplinary Studies*

Tavman, E.B. (2021). The Effect of Online Shopping Motivations on Electronic Word of Mouth and Online Purchase Intention, *İstanbul International Modern Scientific Research Congress -II*

Tavman, E.B. (2021). Freemium Business Models as a Competitive Strategy in The Online App Market, *Ispac International congress on Multidisciplinary Studies*

### **Kitap Bölümleri**

Tavman, E. B. 2021. Otomatik ve Bilinçli Bilgi İşleme, Tüketici Psikolojisi, Doğan V. (ed.) içinde. Beta Yayınları. İstanbul

Tavman, E. B. 2021. Dijital Dünyada Yeniden Şekillenen Tüketici Kavramı: Dijital Tüketici, Dijitalleşen Dünyada Pazarlama, in Sağlam M. (ed.) içinde. Nobel Yayınevi. İstanbul