

İFAKAT CANAN AY

PROFESÖR



E-Posta Adresi : canan.ay@cbu.edu.tr
Telefon (İş) : 2362330657- 133
Faks :
Adres : CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ UNCUBOZKÖY KAMPÜSÜ 45030 MANİSA MERKEZ

Öğrenim Bilgisi

Doktora 1983 1989	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/İŞLETME (DR) Tez adı: İşletmelerde Karar Alma Aracı Olarak Alternatif Maliyetlerin Belirlenmesi ve Uygulanması (1989) Tez Danışmanı:(NEJAT AKINCI)
Yüksek Lisans 1980 1983	EGE ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/MUHASEBE VE FİNANSMAN ANABİLİM DALI Tez adı: İşletmelerde Sipariş Maliyet Sistemi ve Uygulaması (1983) Tez Danışmanı:(NEJAT AKINCI)
Lisans 1973 1977	EGE ÜNİVERSİTESİ Fakülte/Pazarlama

Görevler

PROFESÖR 2005	CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI)
DOÇENT 1999-2005	CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI)
YARDIMCI DOÇENT 1993-1999	CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI)
YARDIMCI DOÇENT 1991-1993	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI)
ARAŞTIRMA GÖREVLİSİ 1989-1991	University of Wisconsin-Madison/Business School/Accounting/Accounting)

Yönetilen Tezler

Yüksek Lisans

2017

1. GÖRGÜN KAAN, (2017). Türkiye'de gelinlik sektöründe markalaşma sorunu ve izmir bölgesinde gelinlik sektöründe markalaşma sorununa yönelik uygulamalar, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2013

2. KARADAĞ HARUN EMRE, (2013). Pazarlama iletişim aracı olarak maskot kullanımının marka imajı ve marka farkındalığı yaratmadaki rolü, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2011

3. KAHRAMAN AYSUN, (2011). Marka vaaadinin çalışanlara iletilmesi: İçsel markalaşma, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2010

4. BİRİM BAHADIR, (2010). Eko turizm ve pazarlaması: Manisa örneği, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı
5. GÜLER SEVİ, (2010). Marka yaratma ve yönetme sürecinde halkla ilişkilerin rolü, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı
6. YAYLA KEMAL, (2010). İnternet pazarlamasında yeni eğilimler: Çevrim içi sosyal ağların üniversite öğrencilerinin satın alma davranışlarına etkisi, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2008

7. YAKIN VOLKAN, (2008). Nanoteknolojik ürünlerin pazarlanması ve Türkiye'den bir uygulama, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2006

8. TAŞDELEN NESLİHAN, (2006). Ab sürecinde Türk tarım sektörünün yapılanması ve sektör örneği :Üzüm, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı
9. ŞENTÜRK TOLGA, (2006). Hakla ilişkiler ve etik, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2003

10. YAMAÇ DEMET, (2003). İçsel pazarlama : Hizmet işletmelerinde işgören tatmininin müşteri dönüşmesi ve örnek bir araştırma, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı
11. ÖZTÜRK YILMAZ EMEL, (2003). Sanayi işletmeleri açısından çevre ve yeşil pazarlama, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı
12. BAYRAK AYŞE, (2003). Üretim-pazarlama işbirliğinin işletme performansına etkileri, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2002

13. USKUÇ TÜRKÖZ TUĞBA, (2002). Ekolojik (organik) tarım ürünleri pazarlaması, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Diğer

Doktora

2016

14. KAHRAMAN AYSUN, (2016). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ürüne ilişkin kriz dönemlerinde tüketicilerin satın almaya yönelik davranışlarına etkisi: Atfetme teorisine yönelik bir uygulama, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2013

15. YALÇINKAYA NESLİHAN, (2013). Politik pazarlama yaklaşımlarının siyasal partiler açısından değerlendirilmesi ve seçmen davranışları üzerine etkileri, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı
16. YAKIN VOLKAN, (2013). Reklamlarda kullanılan arketipler aracılığıyla marka kişiliğinin oluşturulması, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2010

17. YILDIZ YAVUZ, (2010). Futbol takımlarında tüketici temelli marka değeri boyutlarının analizi, Celal Bayar Üniversitesi->Sağlık Bilimleri Enstitüsü->Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı
2009
18. AYTEKİN PINAR, (2009). Reklamda etik (Türkiye'de televizyon reklamlarının etik açıdan incelenmesi), Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı
19. NARDALI SİNAN, (2009). Etik pazarlama anlayışı çerçevesinde organik tarım ürünleri pazarlaması, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı
2006
20. KARTAL BURAK, (2006). İhracat pazar bilgisi ve ihracat performansı ilişkisi: İhracat pazar yönlülüğe ilişkin bir uygulama, Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı
2004
21. YALÇIN BAHAR, (2004). İşletmelerin öğrenen örgütlere dönüşümü açısından bilgi toplumunda liderliğin değerlendirilmesi "Arkas örneği", Celal Bayar Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

Yönetilen Tezler

* Yurt içi/Yurt Dışı Üniversitelerde veya diğer kurumlarda yönetilen tezler

1. ESRA KURŞUNLUOĞLU, İçsel Pazarlama Faaliyetlerinin REkabet Avantajı Yaratmadaki Etkisi, MANİSA CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI/ (Devam Ediyor)
2. LEVENT ASLAN, KOBİ'xxlerde İş Etiği Uygulamaları Üzerine Kültürlerarası Bir Çalışma, MANİSA CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ (Devam Ediyor)
3. FİKRET IŞIK, Çağrı Merkezi Uygulamalarının Tüketici Temelli Marka DEğerine Etkisi, Yapısal Eşitlik Modeli Uygulaması, MANİSA CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ (Devam Ediyor)
4. HÜSEYİN GÜVEN, Deneyimsel Pazarlama ve Deneyimsel Değerin Müşteri Memnuniyetine ve Müşteri Sadakatine Etkisi İzmir'xxdeki Alışveriş Merkezinde Bir Uygulama, MANİSA CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ (Devam Ediyor)
5. ŞİRVAN KARAKIŞ, Gençlerin Ürün Paketlerini Algılamalarına Yönelik Bir Nöropazarlama Uygulaması: Göz İzleme Çalışması, MANİSA CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ (Devam Ediyor)
6. ÖZGE NESİL, Sosyal Medya Pazarlaması ve Marka Kimliği, Marka Farkındalığı Üzerindeki Etkileri: Bir Örnek Uygulama, MANİSA CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI/ (Devam Ediyor)

Projelerde Yaptığı Görevler:

1. Kurumsal Sosyal Sorumlu Davranışların Ürün Krizi Dönemlerinde Müşterilerin Tepkilerine Etkisi: Y Kuşağı Üzerinde Bir Araştırma, Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi, Araştırmacı:KAHRAMAN AYSUN,Yürütücü:AY İFAKAT CANAN, , 12/04/2016 - 17/05/2017 (ULUSAL)

İdari Görevler

Anabilim Dalı Başkanı 2007-2016	CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI
Enstitü Müdürü 2007-2010	CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MYO/Yüksekokul Müdürü 1994-2004	CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/SARUHANLI MESLEK YÜKSEKOKULU
Dekan Yardımcısı 1996-1999	CELÂL BAYAR ÜNİVERSİTESİ/İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ

Eserler

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. YAKIN VOLKAN,KACAR AYŞE İDİL,AY İFAKAT CANAN (2017). Sharing Economy: Why the Turkish consumers use Airbnb?. Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets, 2017(2), 25-36., Doi: 10.7172/2449-6634.jmcbem.2017.2.2 (Yayın No: 3969897)
2. YALÇINKAYA NESLİHAN,AY İFAKAT CANAN (2017). Siyasi Başarı İçin Pazarlama Katkısı: Türkiye'deki Politik Pazarlama Çevresi Modeli. Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 24(1), 199-216., Doi: 10.18657/yonveek.307529 (Yayın No: 3680305)
3. AYTEKİN PINAR,AY İFAKAT CANAN (2015). Hedonik Tüketim ve Anlık Satın Alma İlişkisi. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(1), 141-156. (Yayın No: 1981253)
4. AY İFAKAT CANAN (2015). İçsel Markalaşma Uygulamalarıyla Markanın Örgüt İçerisinde Tutundurulması Arkas Holding Örnek Olayı. Yönetim ve Ekonomi Dergisi (Celal Bayar Üniversitesi) (Yayın No: 1990312)
5. AY İFAKAT CANAN (2014). Reklamlarda Kullanılan Marka Kişilik Arketiplerinin Göstergibilimsel Analizi. Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 21(1), 345-355. (Yayın No: 1980910)
6. AY CANAN, YAKIN VOLKAN (2012). Markaların Kişilik Arketiplerinin Algılanması Üzerine Bir Araştırma. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC, 2(3), 27-36. (Yayın No: 370593)
7. AY CANAN, YILMAZ YAVUZ, ÖZBEY SELHAN (2012). Futbol Takımlarında Tüketici Temelli Marka Değeri Bir Model Önerisi. Ege Akademik Bakış, 12, 1-10. (Yayın No: 370255)
8. AY İFAKAT CANAN,AYTEKİN PINAR,NARDALI SİNAN (2010). Guerrilla Marketing Communication Tools and Ethical Problems in Guerilla Advertising. American Journal of Economics and Business Administration , 2(3), 280-286. (Yayın No: 370329)
9. TANER TUNA, TÜTEK HÜLYA, ÖNCÜ SEMRA, AY CANAN (2000). Joint Ventures In Globalization A Perspective From Turkey. Advances in International Marketing, 16(5), 191-217. (Yayın No: 370383)

B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler :

1. AY CANAN, NARDALI SİNAN, KARTAL BURAK Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Kavramsal Boyutu. 1rd MARCOM, International Marketing Communications Symposium (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721866)
2. AY CANAN, NARDALI SİNAN, AYTEKİN PINAR Gerilla Pazarlaması Stratejileri ve Etik Sorunlar. 1rd MARCOM, International Marketing Communications Symposium (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721891)
3. AY İFAKAT CANAN,güven hüseyin (2018). Deneyimsel Değerin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: E-Ticaret Siteleri Üzerinde Bir Araştırma. International Congress Of Social Science (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4448570)
4. TEPECİ FİLİZ,TEPECİ MUSTAFA,AY İFAKAT CANAN (2015). TÜKETİCİLERİN LÜKS ALGILAMASININ VE SATIN ALMA TARZLARININ LÜKS GİYİM SATIN ALMA İSTEĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ. 13. ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI SOSYAL BİLİMLER JONGRESİ (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:2361277)
5. AY İFAKAT CANAN, BAŞALP AFET AYÇE (2014). Taklit Lüks Markaların Tüketimi Nedenler Uygulamalar ve Sonuçlar. V. Sosyal ve Davranış Bilimleri Avrupa Konferansı (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:1269917)
6. AY CANAN, ARSLAN LEVENT (2013). Türkiye de Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Devlet Destekleri KOSGEB Örneği ve Başarılı Girişimcilerin Hikâyesi. 5. Uluslararası Girişimcilik Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:720990)
7. AY CANAN, KAHRAMAN AYSUN, KACAR İDİL (2012). Türkiye deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin İncelenmesi Türkiye nin En Büyük 100 İşletmesi Üzerinde Bir Araştırma. 1. İşletme Yönetimi ve Korporatif Sosyal Sorumluluk Uluslararası Bilimsel Kongresi, 2, 232-244. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721060)
8. AY CANAN, BİRİM BAHADIR (2012). Eco Tourism and Marketing of Eco Tourism Manisa Study. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721096)
9. AY CANAN, YAKIN VOLKAN (2012). Markaların Kişilik Arketiplerinin Algılanması Üzerine Bir Araştırma. Visualist-Uluslararası Görsel Kültür Kongresi: İletişimde, Sanatta ve Tasarımda Yeni Yaklaşımlar, 159-168. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721139)
10. AY CANAN, ARSLAN LEVENT (2011). KOBİ lerde İş Etiği Uygulamaları İzmir ve Manisa KOBİ lerinde Bir Araştırma. International Congress on Knowledge, Economy and Management (Tam

11. AY CANAN, YALÇINKAYA NESLİHAN (2011). Siyasal Pazarlama ve Türkiye de Siyasi Partiler. International Congress on Knowledge, Economy and Management (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721414)
12. AY CANAN, YILDIZ YAVUZ, ÖZBEY SELHAN (2011). Futbol Takımlarında Tüketici Temelli Marka Değeri Bir Model Önerisi. I. Uluslararası Spor Ekonomisi ve Yönetimi Kongresi,, 283-302. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721191)
13. AY CANAN, ARSLAN LEVENT (2011). Business Ethics and Entrepreneurs A Research among SME s in Agean Region Turkey. International Entrepreneurship Congress (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721460)
14. AY CANAN, ARSLAN LEVENT (2010). Standartlaştırılmış İş Etiği Uygulamaları ve İşletme Verimliliğine Etkileri. 16. Dünya Verimlilik Kongresi ve 2010 Avrupa Verimlilik Konferansı (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721525)
15. AY CANAN, NARDALI SİNAN (2009). Emerging Economies and Organic Product Market The Case of Turkish Organic Sector. 3rd IIMA Conference on Marketing Paradigms for Emerging Economies, 336-341. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721716)
16. TÜTEK HÜLYA, AY CANAN (2000). Resolving Conflict Between Marketing and Engineering A Quest for Effective Integration. First International Joint Symposium on Business Administration, Challenges for Business Administrators In The New Millennium (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721933)
17. TÜTEK HÜLYA, AY CANAN (1999). Characteristics of Joint Ventures An International Comparative Study. The 15th Triennial Conference of the International of Operational Research Societies (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:721974)
18. AY CANAN, BAKKAL HASAN, ÜNAL AYLİN (1998). Quality and Customer Satisfaction as Competitive Advantage Factors in Turkish Automotive Industry An Empirical Study on the Relationship Between Quality Expectations Customer Satisfaction and Market Share. Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Firmalar ve Yükselen Ekonomiler Kongres, 657-679. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722071)
19. TANER TUNA, TÜTEK HÜLYA, ÖNCÜ SEMRA, AY CANAN (1998). Joint Ventures In Globalization A Perspective From Turkey. Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Firmalar ve Yükselen Ekonomiler Kongresi, 635-657. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722034)

C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

1. Communication and Digital Media, Bölüm adı:(Adopting Brand Values to Internal Customers: Case of Vestel Inc.) (2017)., KAHRAMAN AYSUN,AY İFAKAT CANAN, E-BWN Publishing, Editör:Hasan Arslan, Mehmet Ali İçbay, Madalina Tomescu, Basım sayısı:1, ISBN:ISBN 978-83- 943963-3-6, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3867922)
2. Pazarlama Teorileri, Bölüm adı:(Atfetme (Nedensellik Yükleme) Teorisi) (2014)., AY İFAKAT CANAN,KAHRAMAN AYSUN, Media Cat, Editör:Metmet İsmail Yağcı ve Serap Çabuk, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 528, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 1272124)
3. Toplam Kalite ve Stratejik Yönetimde Yeni Eğilimler, Bölüm adı:(Bilgi Toplumunda Örgütsel Dönüşüm Açısından Stratejik Mimari Boyutunda Stratejik Liderlik Analizi) (2014)., AY CANAN, YALÇIN BAHAR, GAZİ YAYINEVİ, Editör:SAİD KINGİR, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 720264)
4. İŞLETME ETİĞİ, Bölüm adı:(KOBİ'lerde İş Etiği ve Uygulamaları) (2014)., AY CANAN, ARSLAN LEVENT, BETA YAYINEVİ, Editör:ZEYYAT SABUNCUOĞLU, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 720019)
5. İşletme Etiği, Bölüm adı:(PAZARLAMA ETİĞİ) (2011)., AY CANAN, NARDALI SİNAN, BETA YAYINEVİ, Editör:SABUNCUOĞLU ZEYYAT, Sayfa Sayısı 305, ISBN:978-605-377-450-1, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 48755)
6. Pazarlamada Etik Yaklaşımlar, Bölüm adı:(FİYATLANDIRMADA ETİK) (2010)., AY CANAN, KAHRAMAN AYSUN, Detay Yayıncılık, Editör:CANAN AY BURAK KARTAL SİNAN NARDALI, Sayfa Sayısı 395, ISBN:9786055681722, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 11164)
7. Stratejik Küresel Pazarlama, Bölüm adı:(Küresel, Sosyo-Kültürel Çevre) (2009)., AY CANAN, NARDALI SİNAN, Eflatun Kitabevi, Editör:Necdet Timur, Alparslan Özmen, Sayfa Sayısı 591, ISBN:9786054160310, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 11165)
8. Toplam Kalite ve Stratejik Yönetimde Yeni Eğilimler, Bölüm adı:(İşletmelerde İş gören Tatmininin Müşteri Tatminine Dönüşümü İçsel Pazarlama Uygulamaları) (2007)., AY CANAN, NARDALI SİNAN, Gazi Kitabevi, Editör:SAİD KINGİR, Sayfa Sayısı 339, ISBN:9786054160310, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 11172)

D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :

1. AY CANAN, YALÇIN BAHAR (2011). Bilgi Toplumunda Öğrenen Örgütler ve Liderlik Süreci Bağlamında Bir Örnek Olay Çalışması. Celal Bayar Üniversitesi, S.B.E. Dergisi, 9(1), 15-36. (Kontrol No: 370714)
2. AY CANAN, ŞENTÜRK TOLGA (2008). Halkla İlişkilerin Etik Sınırları. Celal Bayar Üniversitesi, S.B.E. Dergisi, 6(1), 85-103. (Kontrol No: 370782)
3. AY CANAN, NARDALI SİNAN (2008). Değer Tabanlı Bölümlendirme Kapsamında Organik Ürün Tüketicilerini Motive Eden Kişisel Değerlerin Belirlenmesi. Marmara Üniversitesi, S.B.E. Öneri Dergisi, 8(29), 13-21. (Kontrol No: 370827)
4. AY CANAN, AYTEKİN PINAR (2005). Reklamda Etik. Marmara Üniversitesi, S.B.E. Öneri Dergisi, 6(12), 45-60. (Kontrol No: 371151)
5. AY CANAN (2005). İşletmelerde Etiksel Karar Almada Kültürün Rolü. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 12(2), 31-52. (Kontrol No: 370922)
6. AY CANAN, ECEVİT ZÜMRÜT (2005). Çevre Bilinçli Tüketiciler. Akdeniz Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 5(10), 238-264. (Kontrol No: 371085)
7. AY CANAN, KARTAL BURAK, NARDALI SİNAN (2005). Gazlı İçecek Sektörü ve Gazoz Pazarındaki KOBİ ler İçin Niş Pazarlamasına Bir Örnek. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 12(2), 53-65. (Kontrol No: 370874)
8. AY CANAN, YILMAZ EMEL (2004). Yeşil Pazarlama ve Serel Seramik A Ş nin Yeşil Uygulamaları. Celal Bayar Üniversitesi S.B.E. Dergisi, 2(2) (Kontrol No: 371312)
9. AY CANAN, KARTAL BURAK (2004). Globalizasyonun Çokuluslu İşletmelerin Pazarlama ve Yönetimine Etkisi. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 11(2), 11-26. (Kontrol No: 371272)
10. AY CANAN, KARTAL BURAK (2003). İçsel Pazarlama Literatür İncelemesi. Marmara Üniversitesi S.B.E. Öneri Dergisi, 5(20), 15-25. (Kontrol No: 371383)
11. AY CANAN, ÇOLAK BAHAR (1999). İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Pazarlama Açısından Değerlendirilmesi. Düşünceler, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi(12), 227-250. (Kontrol No: 371486)
12. AY CANAN, ÜNAL AYLİN (1999). Pazarlama ve Örgüt Kültürü. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi(5), 75-87. (Kontrol No: 371427)
13. AY CANAN (1996). Modern Pazarlama Anlayışında Tüketicinin Korunması. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi(2), 31-44. (Kontrol No: 371809)
14. AY CANAN (1995). İhracatta Başarıyı Bütünleyen Faktörler. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi(1), 17-28. (Kontrol No: 719433)
15. AY CANAN (1990). Pazarlamanın Ekonomik Gelişmedeki Rolü. Düşünceler, Ege Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Dergisi(4), 217-224. (Kontrol No: 719486)

E. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler:

1. AY İFAKAT CANAN Satışta Kalite Semineri. ELGİNKAN VAKFI EĞİTİM SEMİNERİ (/)(Yayın No:722676)
2. AY CANAN, ECEVİT ZÜMRÜT Tam Zamanında Üretim ve Pazarlama Manisa Organize Sanayinde Bir Örnek Uygulama. Yöneyem Araştırması ve Endüstri Mühendisliği XIX. Ulusal Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722467)
3. AY İFAKAT CANAN Satış Sonrası Hizmette Kalite Semineri. ELGİNKAN VAKFI EĞİTİM SEMİNERİ (/)(Yayın No:722651)
4. AY İFAKAT CANAN Satış Elemanlarının İletişim Becerilerini Arttırma. ELGİNKAN VAKFI EĞİTİM SEMİNERİ (/)(Yayın No:722689)
5. AY CANAN, ÜNAL AYLİN Kamu Sektöründe Hizmet Kalitesinin Arttırılmasında Etken Bir Araç Olarak İş Tatmini. 1. Kamu Yönetiminde Kalite Sempozyumu (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722444)
6. AY CANAN, NARDALI SİNAN (2011). Yükseköğretimde Artan Rekabet ve Üniversitelerin Markalaşması. Ulusal Pazarlama Kongresi, 290-301. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722113)
7. AY CANAN, NARDALI SİNAN (2008). Etik Ticaret Uygulamaları ve Tüketiciler İzmir İli Örneği. 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, 197-204. (Özet Bildiri/)(Yayın No:722158)
8. AY CANAN, AYTEKİN PINAR (2008). Deneyimsel Pazarlama. 7. Anadolu İşletmecilik Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722189)
9. AY CANAN, KARTAL BURAK, ÇEVİKOĞLU ONUR (2007). Pazarlama ve İnsan Kaynakları Departmanları Arasında İşbirliği Gerektiren Bir Yaklaşım İçsel Markalaşma. 15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 431-440. (/)(Yayın No:722276)
10. AY CANAN, YALÇIN BAHAR (2006). Bilgi Toplumunda Öğrenen Örgütler ve Liderlik Süreci Bağlamında Bir Örnek Olay Çalışması. 14. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 17-25. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722307)

11. KÖSE SEVİNÇ, AY CANAN, ÜNAL AYLİN (2005). Etiksel Karar Almada Kültürün Rolü. 13. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722327)
12. AY CANAN, NARDALI SİNAN, KARTAL BURAK (2003). Gazlı İçecek Sektörü. 8. Ulusal Pazarlama Kongresi (/)(Yayın No:722415)
13. AY CANAN, NARDALI SİNAN (2002). Organik Ürün Perakendeciliği ve Etik Sorunlar. 12. Ulusal Pazarlama Kongresi, 129-141. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722237)
14. AY CANAN, ÜNAL AYLİN (1997). 2000 li Yıllarda Hizmet İşletmelerinde İşgören Tatmininin Müşteri Tatminine Dönüşmesi ve Örnek Bir Araştırma. 5. Ulusal İşletmecilik Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722577)
15. AY CANAN, ÜNAL AYLİN (1997). Liderlik ve Örgüt Kültürü. 21.Yüzyılda Liderlik Kongresi, 2, 278-289. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722535)
16. AY CANAN (1997). Gümrük Birliği Sürecinde Etkin Bir Rekabet Aracı Olarak Satış Sonrası Hizmetlerde Kalite ve Verimlilik. 3. Verimlilik Kongresi, 99-110. (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:722493)

Diğer Yayınlar

1. AY CANAN, ECEVİT ZÜMRÜT (2011). Çevre Bilinçli Tüketiciler Odaklanma. Pİ, Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, 5-11. (Ulusal) (Hakemsiz) (MAKALE Özgün Makale) (Yayın No: 370653)

Editörlük

1. Pazarlama İlkeleri, Kitap, Editör, LİSANS YAYINCILIK
2. PAZARLAMADA ETİK YAKLAŞIMLAR, Kitap, Editör, DETAY