

ÖZGEÇMİŞ

1. **Adı Soyadı:** Yusuf Can Erdem
2. **Doğum Tarihi:** 22.11.1955
3. **Unvanı:** Yardımcı Doçent
4. **Öğrenim Durumu:**

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Ph.D.	İşletme-Pazarlama	Yeditepe Üniversitesi, İstanbul	2007
M.B.A.	İş İdaresi -Pazarlama	East Carolina University, A.B.D.	1981
Lisans	İşletme	ODTÜ-İdari İlimler Fakültesi	1978

5. Akademik Unvanlar

Yardımcı Doçent.

6. Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

6.1 Yüksek Lisans Tezleri

- Umut Şatır, Usage of predictive Analytics for retail sector and an application example, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.
- Mehmet Fatih Karakaya, A psychographic view of market segmentation: introducing a new holistic paradigm; Ennegram.
- Alı Turkey, The differences /similarities of the roles and authority levels of peoduct managers working in local and foreign pharmaceutival companies in Turkey, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009.

6.2 Doktora Tezleri

- Aylin Helvacı Kerem, The role of children on family purchase decision –making, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013,
- Müge Gürsoy, The Effects of E-atmosphercs on Online Consumer Intentions: An Empirical Study, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Sürüyor).
- Bilgehan Bozkurt, INFLUENCE OF BRAND EXPERIENCE AND ITS ANTECEDENTS ON CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY FOR WOMEN'S PURCHASES OF CONVENIENCE AND SHOPPING PRODUCTS, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Sürüyor).
- Ahmet Nuri Küçükosmanoğlu, "REFERENCE PRICE AND EGO DEPLETION EFFECTS", Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Sürüyor).

7. Yayınlar

7.1 Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

1. "The Perceived Country images in Turkey" Tigli, Mehmet, Pirtini Serdar & Erdem, Can (2010). *International Business & Economic Research Journal*, USA.

7.2 Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (Proceedings) basılan bildiriler

2. "Changing Channels: A Conceptual Review of Internet Marketing", Erdem, Can & Erdem, Altan (2004), *Academy of Business Administration, 2004 National Conference, Las Vegas.*
3. "E-Commerce and Distribution Channels", Erdem, Can (2005), *Yasar University, Izmir, Turkey, International Conference on Business, Management and Economics, 2005.*
4. "The Importance of Certain products in Creating Country Images in International Marketing", Tıglı, Mehmet, Erdem, Can & Gok, Basak (2008). *Yeditepe University, Istanbul, International Research Conference on Business Strategies.*
5. "Branded Sensory Experiences of a City: Can They be Transmitted Across Generations?", Erdem, Can & Gurkaynak, Nilgun (2009). *39th The European Marketing Academy (EMAC) Conference, Copenhagen (2010).*
6. "Direct-to-Consumer Advertising in Pharmaceutical Marketing and its possible effects in Turkish Pharmaceutical Sector, Erdem, Can (2012). *Yeditepe University, Istanbul, International Research Conference on Business Strategies.*

7.3 Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

7.4 Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

1. "Ambush Marketing", Erdem, Can (2012). *Journal of Yeditepe University Faculty of Law, Essays in Honour of Prof.Dr.Erhan Adal, Istanbul.*
2. "Sensing a City through Brands: Case of Istanbul and Branded Sensory Experiences", Erdem, Can & Gürkaynak, Nilgun (2011). *Selected Articles in Marketing, Management and Marketing Education, Istanbul*
3. "Message Relevance in Permission Marketing as an Enabler CRM Strategies", Ersoy, Begüm & Erdem, Can (2011). *Selected Articles in Marketing, Management and Marketing Education, Istanbul.*

7.5 Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

1. "The Potential of Virtual Communities in the Process of Cultural Marketing: The European Culture Capitals in Social Media", Gürkaynak, Nilgün & Erdem, Can (2009). *Bozok University, National Marketing Congress, Yozgat, Turkey.*

7.6 Diğer yayınlar

8. Projeler

9. İdari Görevler

Yeditepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletmecilik Bölümü,
Başkan Yardımcısı.

10. Bilimsel Kuruluşlara Üyelikler

11. Ödüller

12. Son iki yılda verdiğiniz lisans ve lisansüstü düzeydeki dersler için aşağıdaki tabloyu doldurunuz.

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati		Öğrenci Sayısı
			T	U	
2013	Bahar	Consumer Behavior	3		17
		International Marketing	3		18
		International Marketing Mngt. (MBA)	3		35
		E-Business	3		25
		Tüketici Davranışları (Bahçeşehir Üniversitesi) (MBA)	3		15
	Yaz	International Marketing Mngt. (MBA)	3		15
2012	Güz	Consumer Behavior	3		25
		International Marketing	3		15
		International Marketing Mngt. (MBA)	3		14
		Introduction to Marketing	3		23
		Tüketici Davranışları (Bahçeşehir Üniversitesi) (MBA)	3		39
		Consumer Behavior (Bahçeşehir Üniversitesi) (MBA)	3		25
	Yaz	Marketing Management (MBA)	3		20
	Bahar	Mezuniyet projesi (MBA)	3		11
		International Marketing	3		25
		International Marketing Mngt.(MBA)	3		25
		Sales Management	3		30
Müşteri İlişkileri Yönetimi (Bahçeşehir Üniversitesi) (MBA)		3		25	
2011	Güz	International Marketing	3		20
		International Marketing Mngt.(MBA)	3		22
		Sales Management	3		25
		Introduction to Marketing	3		23
		Consumer Behavior (Bahçeşehir Üniversitesi) (MBA)	3		25
	Yaz	Marketing Management (MBA)	3		15
	Bahar	Mezuniyet projesi (MBA)	3		11
		International Marketing	3		25

		InternationalMarketing Mngt. (MBA)	3		20
		Sales Management	3		27
		Consumer Behavior (Bahçeşehir Üniversitesi) (MBA)	3		30