

ÖZGEÇMİŞ

Prof. Dr. İsmail KAYA

İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Pazarlama Anabilim Dalı emekli öğretim üyesidir. Halen Biruni Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü Başkanındır.

Denizli’de doğdu. Denizli Lisesi’nden sonra İstanbul Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği Fakültesi’nden Yüksek Mühendis olarak 1971 yılında mezun oldu. Daha sonra İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü’nde işletmecilik eğitimine ve İşletme Fakültesi’nde asistanlığa başladı. İşletme İktisadi Enstitüsü İşletmecilik İhtisas Programı’nı 1972 döneminde dönem birincisi olarak bitirdi.

Akademik hayatında, fiziksel dağıtım ve pazarlama etkileşimi alanında yaptığı çalışmalarla 1976 yılında Pazarlama Dalında işletme doktoru, pazarlama bilgi sistemleri alanındaki çalışmalarıyla 1981 yılında pazarlama doçenti unvanlarını kazandı. 1988 yılında İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Pazarlama Anabilim Dalı’nda pazarlama profesörü oldu.

Lisans, yüksek lisans, doktora derslerinde ve iş hayatına yönelik eğitim programlarında öğrencilere, yönetici adaylarına ve yöneticilere Pazarlama, Pazarlama Yönetimi, Pazarlama Araştırmaları, Pazarlama Planlaması, Fiziksel Dağıtım (Lojistik), Bilgi Sistemleri, Kantitatif Pazarlama, Satış yönetimi gibi konularda eğitimler verdi. Yüksek Lisans ve Doktora öğrencilerine tez danışmanlığı yaptı. Tezlerini yönettiği onlarca gencin akademik kariyerlerinin başlangıcında sağlam temeller atmalarına yardımcı oldu.

İ.Ü. İşletme Fakültesi’nde dekan yardımcılığı ve yönetim kurulu üyeliği, İşletme İktisadi Enstitüsü’nde müdür yardımcılığı ve yönetim kurulu üyeliği, eğitim koordinatörlüğü, İşletme Fakültesi’nde Pazarlama Anabilim Dalı başkanlığı görevlerinde bulundu.

“Fiziksel Dağıtım Sistemleri”, “Pazarlama Bilgi Sistemleri”, “Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri”, “Vak’alarla Pazarlama Yönetimi” isimli kitapları yanında yıllardır aylık meslekî dergilerde ve on yıl sürdürdüğü ulusal bir gazetede haftalık yazılarıyla ve üç yıldan fazla süre bir ulusal haber televizyonunda her hafta canlı yayınlanan *“İş Dünyamız”* programındaki katkılarıyla bilim dünyası yanında iş dünyasına yönelik eserler bıraktı. Pazarlama alanındaki bilgi ve birikimlerini 2005 yılından beri sürdürdüğü bloglarında dijital dünyadaki takipçilerine düzenli olarak sundu.

Kendine özgü pazarlama anlayışını yansıtan eserler olarak, *“Muhterem Müşterimiz”, “Pazaryeri Pazarola”, “Damla Damla Pazarlama”,* ve *“Pazarlama Bi’ Tanedir: Bir Pazarlamalar Ansiklopedisi”* adlı kitaplarında kapsamlı olarak akademik çevredeki araştırmacılara ve iş dünyasındaki okurlara sundu.

Bu kitapları, çalışmaları, eserleri ve bütün çabalarıyla, pazarlama bilimi alanında çalışan, akademik hayatlarının değişik aşamalarında bulunan, iş hayatına yeni başlamış veya başlamaya hazırlanan gençlere seslendi. Gençlerle yıllardır bir arada bulunmasının ve onlara daha fazla yararlı olmak arzusunun bir ürünü olarak, deneyim, birikim, düşünce ve önerilerini çeşitli yollardan paylaşımına açtı.

(YÖK FORMATINDA)

ÖZGEÇMİŞ
PROF. DR. İSMAİL KAYA



1. **Adı Soyadı:** İsmail KAYA
2. **Doğum Tarihi:** 29 Ekim 1946
3. **Unvanı:** Prof. Dr.
4. **Öğrenim Durumu:**

| Derece | Alan | Üniversite | Yıl |
|-----------------|-------------------------|------------------------------|------|
| Lisans/Y.Lisans | Yüksek Makina Mühendisi | İstanbul Teknik Üniversitesi | 1971 |
| Y. Lisans | İşletme | İstanbul Üniversitesi | 1972 |
| Doktora | Pazarlama | İstanbul Üniversitesi | 1976 |

5. **Akademik Unvanlar:**

Doçentlik Tarihi : 1981

Profesörlük Tarihi : 1988

6. **Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri**

6.1. **Yüksek Lisans Tezleri**

Gamze Atalar, "Online alışveriş yönelimleri ve sanal mağaza atmosferi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2012

İsmail Erkan, "Pazarlama Zekâsı ve Girişimcilik", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2011.

Mine Orhon, "Tüketicinin Değer Bilinci: Marka Gücünün Kaynağı ve Promosyon İlişkisi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2011.

Önder Kethüda, "Satış/Pazarlama Anlayışlarının İşletme Performansı ile İlişkisi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2010

Hakan Karaahmetoğlu, "Havayolu işletmelerinin hizmet kalitesi açısından karşılaştırılması", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2009, 243s.

şevket Necmettin Gürçan, "Ürün teşhir standlarında renk etkisi: Süpermarkette bir deney", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2008.

Başak Pınar elik, "Siyasal pazarlamada kararlı/kararsız seçmen ayrımı ve davranışları üzerine bir araştırma", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2008.

şehnaz Müge Doğan, "Müşteri yoğunluğu ile tüketici alışveriş davranışı ilişkisine yönelik teknoloji marketinde bir pilot araştırma", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2007.

Hilal Özen, "İnternette satın alma davranışı ile risk ve fayda algılamaları arasındaki ilgi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2007.

Nazan Öziş, "Tüketicinin zaman kullanımı: Bir faktör analizi uygulaması", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2006.

Esra Kılıçarslan, "Tüketicilerin ülke ürünleri imajları algılamaları ve tercihleri", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2005.

Hüseyin Hüseyinov, "Tüketicilerin jean ürün ve markalarını tercih nedenleri Bakü'de bir pilot araştırma", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2004.

İnci ağla Gül, "Televizyon reklamlarında tanınmış kişilerin kullanılmasının reklamın hatırlanması üzerindeki etkisi konusunda bir pilot araştırma", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2003.

Hümeyra Güler, "Ortak markalama uygulamasının tüketicinin marka bağlılığına satın alma miktarı ve satın alma sıklığı bazında etkisi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2002.

Emin Selkut Engin, "Türkiye`de lüks otomobil sektöründe showroom tecrübesinin satın alma davranışına etkisi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2002.

Ersin Gürsel, "Ürün tasarımında estetik değer ve tüketicilerin satın alma davranışlarına etkisi, cep telefonu pazarından bir örnek", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2001.

Hülya Erbilgin, "Süpermarketlerde reyon düzeyinin satışlara etkisi: Gima süpermarketlerinde bir deney", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2000.

Hasan Ayyıldız, "Pazarlama Performans Ölçümü ve Ağaçlandırma Genel Müdürlüğüne Bağlı Fidanlıklarda Uygulaması (Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgesi Örneği)", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 1999.

Ömer Yeşim Mutlu, "Sosyo ekonomik ve sosyo demografik özellikler ile ihtiyacın gazete promosyon kampanyalarına katılım kararı üzerindeki etkisi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 1997.

Şaban Koray Şentürk, "İnsanların yaşadıkları konutlardan memnuniyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir saha araştırması", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 1996.

Ferit Mollaoğlu, "Yüzyüze satışta satış elemanından beklentilerin satışa etkisi ve bilgisayar sektöründe müşteriler açısından ideal satışçı profili", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 1992.

M. Zahit Seraslan, "Spor Pazarlaması: Sporun Topluma Pazarlanmasında Pazarlama Tekniklerinden Yararlanma", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 1990.

Özcan Kılıç, "Küçük sanayi işletmelerinde işbirliği ve plastik sektöründe bir saha araştırması", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 1988

6.2. Doktora Tezleri

Orhan Aydoğan, "Pazar yönlü işletme anlayışının ihracat bağlamındaki belirleyicileri ve ihracat performansına etkileri", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2012

Çağla Arıker, "Bilgi Yükü Temelinde, Tüketicinin Özgürlüğü ve Kısıtlanmışlığının Karar Sonrası Değerlemelerle İlişkisi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2011.

Hilal Özen, "Geleneksel Alışveriş ile İnternet Üzerinden Yapılan Alışverişte Algılanan Değerin Satın Alma Niyetine Olan Etkisinin Karşılaştırılması", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2011.

Ayşegül Sağkaya Gungör, "Kişiyeye özel fiyat tekliflerinin internette satın alma karar sürecine etkisi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2010

Hilal Asil, "Değerler, Tüketici Etnosentrizmi ve Yerli/Yabancı Markalı Ürün Tercihini Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2010.

Ulun Akturan, "Satınalma karar sürecinde markaya yönelik algılanan riskin algılanan değer üzerindeki etkisi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2007

Eyyüp Yaraş, "Marka değeri algılaması ve pazarlama karması ilişkisi", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2004

Murat Akın, "Sanal hizmetlerde kalite belirleyicileri: İnteraktif bankacılık alanında bir uygulama", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 2000

Okan Tuna, "Örgütsel pazara yönelik hizmetlerde algılanan hizmet kalitesi, davranışsal niyetler ve müşteri özellikleri ilişkisi: Konteyner taşımacılığı hizmetleri üzerine bir araştırma", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 1999

Ahmet Kemal Şekerkeya, "Hizmetlerde algılanan toplam kalitenin ölçülmesine yönelik çok parçalı bir ölçeğin geliştirilmesi ve perakende bankacılık sektöründe bir uygulama", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 1995

Ömer Torlak, "Pazarlama yönetimi açısından pazarlama kontrolü, önemi, özellikleri ve bir model önerisi (ilaç sektöründe bir çalışma)", İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 1991

7. Yayınlar

7.1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler (SCI & SSCI & Arts and Humanities)

7.2. Uluslararası diğer hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

Özen Hilal, Kaya İsmail, "How Value Perception Affects Buying Intentions of Online Consumers?" *Boğaziçi Journal: Review of Social, Economic and Administrative Studies*, Volume 27, Number 2, 2013

Asil Hilal, Kaya İsmail, "Türk Tüketicilerin Etnosentrik Eğilimlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, *Istanbul University Journal of the School of Business*, Vol:42, No:1, 2013, p.113-132, ISSN: 1303-1732 – www.ifdergisi.org © 2013

Kaya İsmail, Özen Hilal, "Geleneksel Mağazalar ile İnternette Alışverişte Değer Algısı ve Satınalma Niyeti: Bir Karşılaştırma", *İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt: 41, Sayı: 1, s. 13-30, 2012

Kaya İsmail, Okumuş Abdullah, Özen Hilal, "Examining The Differences of Consumers' Risk and Benefit Perceptions in Online Shopping", *The E-Business Review*, Volume VIII, s. 157-161, 2008

7.3. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (*Proceedings*) basılan bildiriler

Kaya İsmail and Ozen Hilal, "Do Value Perceptions of Turkish People Differ Between Traditional Channel and Internet Channel?", 11th International Marketing Trends Conference, Venice, İtalya, January 19-21, 2012.

7.4. Yazılan uluslararası kitaplar veya kitaplarda bölümler

7.5. Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler

Güngör Ayşegül Sağkaya, Kaya İsmail, "Kişiyeye Özel Fiyat Teklifinde Kullanılan Mesaj Çerçevelemenin İnternet Üzerinden Satın Alma Karar Sürecine Etkisi", *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Cilt 5, Sayı 10, s. 61-84, Temmuz 2012

Güngör Ayşegül Sağkaya, Kaya İsmail, "Effect of Personalized Price on Decision Making Process on Internet" *Ataturk University Journal Of Economics & Administrative Sciences*, Cilt 26, Sayı 1, s. 133-146, 2012

Kaya İsmail, "Satışta Başarının Sırları", *Yönetim Dergisi*, Yıl:5, Sayı: 19, s. 21-22, Ekim 1994

Kaya İsmail, "Anketçiliğin Temelleri", *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Yıl: 7, Sayı: 42, s. 2-11, Kasım / Aralık 1993

Kaya İsmail, "Bir Pazarlama Vak'ası (örnek olay): Morova" *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 31, s.13-19, Ocak / Şubat 1992

Kaya İsmail, "Pazarlama Yönetiminde Sorumluluk" *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Yıl:5, Sayı: 26, s. 2-11, Mart / Nisan 1991

Kaya İsmail, Okyay Engin, "Anket Yönteminde Temel Soru Türleri", Pazarlama Dünyası Dergisi, Yıl: 3, Sayı:13, s. 24-27, Ocak / Şubat 1989

Kaya İsmail, "Telefonla Anket Yöntemi", Pazarlama Dünyası Dergisi, Yıl: 3, Sayı: 14, Mart / Nisan 1989, s. 17-22

Kaya İsmail, "Telefonla Ankette Cevaplama Oranını Etkileyen Kontrol Edilebilir ve Kontrol Edilemez Faktörler: İstanbul İlinde Bir Saha Araştırması", Pazarlama Dünyası Dergisi, Yıl: 3, Sayı: 16, Temmuz / Ağustos 1989, s. 15-28.

Kaya İsmail, "Telefonla Ankette Örneklemeye Teknikleri", Pazarlama Dünyası Dergisi, Yıl: 3, Sayı: 18, Kasım / Aralık 1989, s. 15-19.

Kaya İsmail, Harcar Talha, "Refusal Rate in Telephone Surveys and Related Factors: The Case of Turkey", İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt: 17, Sayı: 2, Kasım 1988

Kaya İsmail, "Satışta Teşvik (Sales Promotion)", Pazarlama Enstitüsü Pazarlama Dergisi, Yıl: 8, Sayı: 3, Eylül 1983, s. 19-28

Kaya İsmail, "Pazarlama Yöneticisi ve Bilgi Sistemleri", Pazarlama Enstitüsü Pazarlama Dergisi, Yıl: 7, Sayı: 1, Mart 1982, s. 15-21

Kaya İsmail, "Bankalarda Pazarlama Bileşenleri – Tasarruf Mevduatı İlişkileri" İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 2, Kasım 1981, s. 201-224

Kaya İsmail, "Bankalarda Pazarlama Bileşenleri – Bir İnceleme" Pazarlama Enstitüsü Pazarlama Dergisi, Yıl: 6, Sayı: 2, Haziran 1981, s. 25-31

7.6. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

Kaya İsmail, Güngör Ayşegül Sağkaya, "Kişiyeye Özel Fiyat Teklifinde Kullanılan Mesaj Çerçevelemenin İnternet Üzerinden Satınalma Karar Sürecine Etkisi", 16. Ulusal Pazarlama Kongresi, 22-25 Kasım 2011, İstanbul.

Kaya İsmail, Kethüda Önder, "Otel İşletmelerinde Pazarlama Anlayışı: İstanbul'daki Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama", 10.Ulusal İşletmecilik Kongresi Genişletilmiş Bildiri Özetleri Kitabı, Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi, İzmir, 5-7 Mayıs 2011.

7.7. Diğer yayınlar

Kaya İsmail, Özen Hilal, "İnternet ve Mağaza Kıyaslaması: Değer Alışverişin Neresinde?" Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, Yıl:10, Sayı:38, s. 8-15, Güz 2011

Ulusal Kitaplar:

Kaya İsmail, "Pazarlama Bi'Tanedir! Bir Pazarlamalar Ansiklopedisi", Babiâli Kültür Yayıncılığı, İstanbul 2010

Kaya İsmail, "Damla Damla Pazarlama", Babiâli Kültür Yayıncılığı, İstanbul 2004

Kaya İsmail, "Pazaryeri Pazarola", Babiâli Kültür Yayıncılığı, İstanbul 2004

Kaya İsmail, "Vak'alarla Pazarlama Yönetimi" İ.Ü. Yayın No. 4445, İşletme Fakültesi Yayın No. 284, İstanbul, 2003.

Kaya İsmail, "Muhterem Müşterimiz", Babiâli Kültür Yayıncılığı, İstanbul 2000

Kaya İsmail, Karabulut Muhittin, "Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri", Genişletilmiş 4. Baskı, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayın No: 245, İ.Ü. İşletme İktisadi Enstitüsü Yayın No: 138, İstanbul 1991

Kaya İsmail, Karafakıoğlu Mehmet, "Wordperfect 4.1 Kelime İşlem Programı ", No: 231, İ.Ü. İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, No: 124, İstanbul 1990

Kaya İsmail, "Pazarlama Bilgi Sistemleri – Bir Firma İçin Bilgi Sistemi Tasarımı" İ.Ü. Yayını, No: 3226, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayını No: 153, İstanbul 1984

Kaya İsmail, "Bir Pazarlama Bileşeni Olarak Fiziksel Dağıtımın Önemi ve Türkiye'deki Durumu", İ.Ü. İşletme Fakültesi Pazarlama Enstitüsü Yayını, No: 13, İstanbul 1979

Yazılan Ulusal Kitapta Bölüm:

Kaya İsmail, "ITP, International Teachers Programme", "SPKO,, Stratejik Pazarlama Kararları Oyunu", "İlk Akademik Pazarlama Dergileri", Muazzez Babacan, (Editör) Türkiye'de Pazarlama Biliminin Tarihi, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2016, içinde, s. 40-41, s. 199-201, s. 339-344.

Kaya İsmail, "Özel Sağlık Çocuk Klübü", (Vak'a), Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri, Genişletilmiş 4. Baskı, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayın No:245, içinde s. 512-518, İstanbul 1991

Kaya İsmail, “Yamaha”, (Vak’a), Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri, Genişletilmiş 4. Baskı, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayın No:245, İçinde s. 519-526, İstanbul 1991

Kaya İsmail, “Pintek”, (Vak’a), Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri, Genişletilmiş 4. Baskı, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayın No:245, İçinde s. 533-537, İstanbul 1991

Kaya İsmail, “Pazarlama Yönetiminde Pazarlama Araştırmaları ve Araştırma Planlaması”, Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri – Metinler ve Vak’alar, M. Karabulut ve İ. Kaya, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, No: 97, İçinde s. 95-116, İstanbul 1988

Kaya İsmail, “Dağıtım Kanalları ve Dağıtım Yönetimi”, Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri – Metinler ve Vak’alar, M. Karabulut ve İ. Kaya, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, No: 97, İçinde s. 41-54, İstanbul 1988

Kaya İsmail, “Jale Jimnastik Merkezleri”, (Vak’a), Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri – Metinler ve Vak’alar, M. Karabulut ve İ. Kaya, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, No: 97, İçinde s. 391-395, İstanbul 1988

Kaya İsmail, “Anadolu Giyim Mağazaları”, (Vak’a), Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri – Metinler ve Vak’alar, M. Karabulut ve İ. Kaya, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, No: 97, İçinde s. 396-398, İstanbul 1988

Kaya İsmail, Okyay Engin, “Kasa Maçı”, (Vak’a), Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri – Metinler ve Vak’alar, M. Karabulut ve İ. Kaya, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, No: 97, İçinde s. 407-411, İstanbul 1988

Kaya İsmail, “Time”, (Vak’a), Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri – Metinler ve Vak’alar, M. Karabulut ve İ. Kaya, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, No: 97, İçinde s. 416-420, İstanbul 1988

Kaya İsmail, “Sibal”, (Vak’a), Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri – Metinler ve Vak’alar, M. Karabulut ve İ. Kaya, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, No: 97, İçinde s. 421-426, İstanbul 1988

Kaya İsmail, “Türk Basınında Dağıtım- Problemler ve Fırsatlar”, İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları, Gazeteciler Cemiyet Yayınları: 17, İçinde s. 192-205, İstanbul 1984

Kaya İsmail, Karabulut Muhittin, “Aksan”, (Vak’a), Pazarlama Yönetimi – Vak’alar, M. Karabulut ve İ. Kaya, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını No: 55, s. 106-115, İstanbul 1982

8. İdari Görevler

Sağlık Yönetimi Bölüm Başkanlığı, (2016-), Biruni Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
Yönetim Kurulu Üyesi, (2016-), Biruni Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
Senatör, (2016-), Biruni Üniversitesi

Pazarlama Anabilim Dalı Başkanlığı (2012-2013), İ.Ü. İşletme Fakültesi
Pazarlama Araştırma ve Uygulama Merkezi Müdürü (1991-2010), İ.Ü. İşletme Fakültesi
Müdür Yardımcılığı (1998-2002), İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü
Pazarlama Anabilim Dalı Başkanlığı (1994-2003), İ.Ü. İşletme Fakültesi
Yönetim Kurulu Üyeliği (1998-2000), İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü
Yönetim Kurulu Üyeliği (1996-1999), İ.Ü. İşletme Fakültesi
Dekan Yardımcılığı (1995-1998), İ.Ü. İşletme Fakültesi

Akademik Dergilerde Hakemlik

Journal of Transportation and Logistics, JTL, Yayın Kurulu Üyesi, (2015 -)

9. Son dönemlerde verdiği lisans ve lisansüstü düzeydeki dersler.

| Akademik Yıl | Dönem | Dersin Adı | Haftalık Saati | | Öğrenci Sayısı |
|--------------|-------|------------|----------------|----------|----------------|
| | | | Teorik | Uygulama | |

| | | | | | |
|-----------|----------|-------------------------------|---|---|----|
| 2015-2016 | Güz | Pazarlama Yönetimi (Y.Lisans) | 3 | - | 28 |
| | İlkbahar | Lojistik Yönetimi (Lisans) | 2 | - | 51 |

| | | | | | |
|-----------|----------|--|---|---|----|
| 2014-2015 | Güz | Pazarlama Yönetimi (Y.Lisans) | 3 | - | 20 |
| | | Sağlık Hizmetleri Pazarlaması (Y.Lisans) | 3 | - | 9 |
| | İlkbahar | Pazarlama Yönetimi (Y.Lisans) | 3 | - | 4 |

| Akademik Yıl | Dönem | Dersin Adı | Haftalık Saati | | Öğrenci Sayısı |
|--------------|-------|-----------------------------|----------------|----------|----------------|
| | | | Teorik | Uygulama | |
| 2012-2013 | Güz | Fiziksel Dağıtım (Y.Lisans) | 3 | - | 30 |

| | | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|--------------------------------------|-----------------------------|---|----|
| | | Pazarlama Bilgi Sistemleri (Doktora) | 3 | - | 7 |
| | | Güncel Pazarlama Sorunları (Doktora) | 3 | - | 7 |
| | İlkbahar | Pazarlama Planlaması (Y.Lisans) | 3 | - | 30 |
| | | Pazarlama Tez Önerileri (Y.Lisans) | 3 | - | 30 |
| | | Kantitatif Pazarlama (Doktora) | 3 | - | 8 |
| | 2011-2012 | Güz | Fiziksel Dağıtım (Y.Lisans) | 3 | - |
| Pazarlama Bilgi Sistemleri (Doktora) | | | 3 | - | 6 |
| Güncel Pazarlama Sorunları (Doktora) | | | 3 | - | 6 |
| İlkbahar | | Pazarlama Planlaması (Y.Lisans) | 3 | - | 30 |
| | | Pazarlama Tez Önerileri (Y.Lisans) | 3 | - | 30 |
| | | Kantitatif Pazarlama (Doktora) | 3 | - | 7 |