

Bitgen Sungur B., Madenoğlu F. S. (2024). Examination of Provinces in Türkiye about Sectoral Employment Share by Cluster Analysis. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , vol.24, no.1, pp.347-366	SDG-8
Madenoglu F. S. (2023). SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA DÖNGÜSEL EKONOMİ VE İŞ MODELLERİ: SOSYAL BİLİMLER KAPSAMINDA BİR LİTERATÜR İNCELEMESİ. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ODAKLI İŞ MODELLERİ: İŞLETMELER İÇİN ÇEVRESEL VE EKONOMİK STRATEJİLER, M. Enes AKPINAR, M. Emre ŞENOL, Editor, Eğitim Kitabevi, İstanbul, pp.125-134	SDG-8
Madenoglu F. S. (2023). TRAFİK KAZALARININ MAKİNE ÖĞRENMESİ YÖNTEMLERİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ: KAYSERİ ÖRNEĞİ. İŞLETME UYGULAMALARIYLA VERİ ANALİZİ, Muhammet Atalay, Editor, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, pp.133-148, 2023	SDG-11
Madenoglu F. S., Ünlüsoy Ö. F. (2023). Portfolio Optimization: An Application on the BIST-30 Index. in: Interdisciplinary Public Finance, Business and Economics Studies– Volume VI, Adil AKINCI, Editor, Peter Lang Publishing, Inc., Berlin, pp.75-87	SDG-8
Madenoglu F. S. (2023). Industry 4.0: A Bibliometric Analysis. Organizational Behavior in the Digital World, Mehmed Zahid Cogenli, Editor, NOVA Science Publishers Inc. , New York, pp.149-163	SDG-8
Bolat C., Köse F. E., Erçetin O., Yalçın S., Madenoğlu F. S. (2023). THE CAUSALITY ANALYSIS BETWEEN THE STOCK PRICES OF RENEWABLE ENERGY COMPANIES AND CARBON EMISSION PRICES: BASED ON GERMANY, TURKEY, USA AND BRAZIL. KAPANALTI DERGİSİ- , no.4, pp.188-199	SDG-12
Yokoyama, Y., & Güven, F. (2023). An analysis of the illicit tobacco trade: the influence of the effectiveness of administrative enforcement and high taxation on illicit trade. Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(1), 1-6.	SDG-12, SDG-16
Yokoyama, Y., & Güven, F. (2023). Exploring the Advantages of a Methodological Integration of Big Data Analysis and Thick Data Investigation in Marketing Research: The Requirement for a Qualitative Approach in the Digital Era. Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi, 3(1), 67-80.	SDG-9
Güven, F., & Üzümlü, A. M. (2023). JENERİK İLAÇLARIN PAZARLAMASI. Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 7(1), 41-58.	SDG-3, SDG-10
Üzümlü, A. M., & Güven, F.. (2023). Bir Dijital Pazarlama Segmenti Olarak Çocuklar: YouTube. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 22(2), 550-564.	SDG-3, SDG-4, SDG-5

Madenoğlu, F. S., & Sungur, B., (2023). A CLUSTER ANALYSIS OF THE 2022 FIFA WORLD CUP TEAMS AND TOP PLAYERS . 7th International Congress of Eurasian Social Sciences (pp.828-839). Muđla, Turkey.	SDG-10
Madenoğlu, F. S., & Sungur, B., (2023). STATISTICAL ANALYSIS USING THE AFTERSHOCKS DURING 2023 KAHRAMANMARAŞ EARTHQUAKE . CUMHURİYET 8th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES (pp.193-204). Ankara, Turkey	SDG-10
Torun, R., & Karan, M. B. (2023). Pay Geri Alım Programlarında Firma Büyüklüğü Etkisi: Borsa İstanbul Üzerine Bir Uygulama. İşletme Araştırmaları Dergisi, 15(2), 1355-1373.	SDG-8, SDG-17
Torun, R., Erkılıç, A. Y., & Çolak, A., (2023). DEVELOPMENT OF PERFORMANCE MEASUREMENT CRITERIA IN FLEXIBLE MANUFACTURING SYSTEMS . BEYŞEHİR SELÇUKLU 1. ULUSLARARASI SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER KONGRESİ (pp.235-253). Konya, Turkey	SDG-8
Kordestani, A., Oghazi, P., Izmir, O., Oypan, O., & Özer, S., (2023). Identification of the drivers of and barriers to COVID-19 vaccine intake behavior using a mixed-method design: implications from a developing country. JOURNAL OF INNOVATION & KNOWLEDGE , vol.8, 1-11.	SDG-3, SDG-9, SDG-17
Güven, F., (2023). An Examination on the Dynamics of Consumer Inertia. İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi , vol.8, no.22, 990-1002.	
Madenoğlu, F. S., & Sungur, B., (2023). Zaman Serisi Analizi: 2023 Kahramanmaraş Depremindeki Artçı Depremlerin İncelenmesinde . 9th International Conference on Multidisciplinary Sciences (pp.25). Antalya, Turkey	SDG-10
Sungur, B., & Madenoğlu, F. S., (2023). Data Envelopment Analysis For Measuring Tourism Efficiency Of European Countries . IV. International Applied Statistics Congress (UYİK - 2023) (pp.1). Sarajevo, Bosnia And Herzegovina	SDG-8
Madenoğlu, F. S., (2023). A GROUP DECISION-MAKING METHOD FOR RANKING PROBLEMS UNDER SUSTAINABILITY, RISKS, AND INTUITIONISTIC FUZZY ENVIRONMENT. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , no.56, 123-137.	SDG-12
Madenoğlu, F. S., (2023). WOMEN'S EMPLOYMENT AND WELL-BEING LIFE INDEX IN TURKEY. JOURNAL OF BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP RESEARCH , no.1, 1-14.	SDG-5
Madenoğlu, F. S., (2023). CLUSTER ANALYSIS OF OECD COUNTRIES DURING THE COVID-19 PANDEMIC. International Journal of Economic and Administrative Academic Research , vol.3, no.2, 163-180.	SDG-3

Madenoğlu, F. S., (2023). COMPARISON OF ARTIFICIAL NEURAL NETWORK AND LOGISTIC REGRESSION METHODS IN CLASSIFYING THE HAPPINESS STATUS OF COUNTRIES. AIZANOI FINANCE REVIEW , no.2, 27-48.	SDG-10
Sarp, S., (2023). Enhancing University Brand Image through Distance Learning: Propositions on Student Learning Experience . 3rd CURRENT ISSUES IN BUSINESS AND ECONOMIC STUDIES, CIBES Conference (pp.1). İstanbul, Turkey	
Bozkurt, S., Gligor, D., Ozer, S., Sarp, S., & Srivastava, R., (2023). The impact of perceived social media interactivity on brand trust. The mediating role of perceived social media agility and the moderating role of brand value. Journal of Marketing Analytics , vol.1, no.1, 1-14.	SDG-9
SARP, S., & Uygur, S., (2023). Corporate Branding in SMEs: Concepts and Challenges. Sosyal Mucit Academic Review , vol.4, no.3, 320-342.	SDG-8, SDG-9
Sarp, S., (2023). ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ADVERTISEMENTS: A CONCEPTUAL FRAMEWORK BASED ON THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL. Economics Business and Organization Research , vol.5, no.2, 161-174.	SDG-9
Hacıhasanoğlu, E., Ünlüsoy, Ö. F., & Madenoğlu, F. S., (2023). An analysis of annual reports from the sustainable development goals perspective. Corporate Governance , 1-18.	SDG-9, SDG-12, SDG-17
Oyman, M., Bal, D., & Özer, S., (2022). Extending the technology acceptance model to explain how perceived augmented reality affects consumers' perceptions. Computers In Human Behaviour, vol.128, 1-12.	SDG-9
Keskin, Z., & Güven, F., (2022). Consumer Behaviour in Severe Turbulence Era. Journal of Public Economy and Public Financial Management, vol.2, no.2, 53-64.	SDG-1, SDG-2, SDG-8
Güven, F., (2022). COVID-19'UN YARATTIĞI ZORUNLU DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE YENİ NORMALDE PERAKENDECİLİK. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, vol.12, no.4, 1941-1961.	SDG-11, SDG-12
Demirci, İ. G., Türkaslan, K. C., Başbaz, F. N., & Güven, F., (2022). Examination Of Generations' Online Shopping Preferences During Covid-19. Social Sciences Studies, vol.95, no.8, 537-547.	SDG-3, SDG-8
Madenoğlu, F. S., Ünlüsoy, Ö. F., & Yılmaz, Ç., (2022). Performance Evaluation Of Energy Companies With A Novel Integrated Multi- Criteria Decision Making Method. Kafkas Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.1, no.26, 640-658.	SDG-17

Bozkurt, S., Sarp, S., & Gligor, D. (2022). How and When Customer Engagement Underlies The Link Between Family Ownership and Firm Performance: A Conceptual Framework. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (2), 477-487.	SDG-9
Torun, R., (2022). The effect of economic growth announcements on construction sector index. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.24, no.4, 1551-1571.	SDG-8, SDG-17
Güven, F., (2022). Pazarlama Analitiği. Yeni Nesil Pazarlama Yaklaşımları (pp.315-345), Ankara: Nobel.	SDG-4, SDG-12
Güven, F., (2022). Covid-19 Sonrası Dünyada Dijital B2B Pazarlama. Covid-19 Pandemisinin Etkisinde İşletmecilik ve Yönetim Anlayışındaki Dönüşümler (pp.233-256), İstanbul: Akademi titiz yayınları.	SDG-1, SDG-9
Güven, F., (2022). Tüketici Etkileşiminde Kişisel Bilgi Güvenliği: Gizliliğin Önemindeki Artış. Tüketici Davranışlarında Makro Trendler (pp.111-124), Ankara: Nobel Yayınevi.	SDG-12
Güven, F., (2022). Endüstri 4.0 ve Pazarlama. İşletme Biliminde Muhasebe, Pazarlama ve Organizasyon Konuları (pp.259-266), Bursa: Ekin.	SDG-9, SDG-12
Madenoğlu, F. S. (2022). İş Analitiğinde Yöneylem Araştırma Uygulamaları. Küresel İnovasyon İndeksi Verilerine Göre Ülkelerin İnovasyon Performansının Değerlendirilmesi. (pp. 67-84). Ankara: Gazi Kitapevi.	SDG-8
Özer, S., & Çolak, A., (2022). Dijital çağın meta-tüketicilerini anlamaya yönelik kavramsal bir değerlendirme. Dijitalleşme bağlamında birey, toplum ve iletişim (pp.7-29), Konya: Eğitim Kitabevi.	SDG-9, SDG-12
Güven, F., (2022). Private Label Marketing. 2. Uluslararası Dijital İşletme, Yönetim ve Ekonomi Kongresi (pp.1-5). Mersin, Turkey	SDG-1, SDG-2, SDG-8
Hacıhasanoğlu, E., Madenoğlu, F. S., & Ünlüsoy, Ö. F., (2022). Sales Forecast with Historical Data in a Shrinking Market. III. International Applied Statistics Conference (pp.281). Skopje, Macedonia.	SDG-8
Hacıhasanoğlu, E., Madenoğlu, F. S., & Ünlüsoy, Ö. F., (2022). Using Content Analysis to Investigate Companies' Activities and Targets. III. International Applied Statistics Conference (pp.280). Skopje, Macedonia	SDG-4, SDG-8, SDG-9, SDG-17
Madenoğlu, F. S. (2022). A Mathematical Model for Course Scheduling Problem and A Case Study. EGE 7th International Conference on Social Sciences (pp.552-558). İzmir, Türkiye.	SDG-4

Sarp, S., (2022). Exploring Paths Between AI-Adoption Level of Service Firms and Customer Satisfaction: The Mediating Effect of Corporate Brand Image. International Congress on Digital Business, Management & Economics (pp.216-217). Mersin, Turkey	SDG-9
Sarp, S., (2022). Sorumlu Üretim Mesajı İçeren Bir Ürün/Hizmet Reklamının Kurumsal İmaj Ve Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkileri. International Congress of Management Economy and Policy (pp.12-13). İstanbul, Turkey	
Sarı, C., & Torun, R., (2022). İşletmelerin Metaverse Evrenlerinde Markalaşması: Dijitalleşmenin Avatar Ekonomisi Açısından Analiz. International Conference on Digital Business, Management and Economics (pp.229-230). Mersin, Turkey	SDG-8
Torun, R., & Erkiş, A. Y., (2022). The Effects of Credit Rating Announcements on Shares: The Case of Turkey. International Conference on Digital Business, Management and Economics (pp.126-127). Mersin, Turkey	SDG-8, SDG-17
Güven, F. (2021) Pazarlamanın varoluşsal krizi ve geleceği. <i>Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi</i> , 3 (2), 175-183.	SDG-17, SDG-3
Türk, U., Sap, S. (2021). The effect of the COVID-19 on sharing economy: survival analysis of Airbnb listings. <i>Business & Management Studies: An International Journal</i> ,	SDG-3, SDG-8, SDG-9
Bengü, E. L. İ. F., Abrignani, E., Sabuncuoğlu, İ., & Yılmaz, C. (2020). Rethinking higher education for the emerging needs of society. <i>Global Solutions Summit 2020 Edition</i> , 5 .	SDG-4
Süklün, H. (Yüksek Lisans Tez Danışmanı) Gender equality: A critical evaluation of interventions that aim to promote gender equality in the workplace in a cross-cultural context	SDG-5, SDG-8, SDG-10
Suklun, H. (2021). Work lives of skilled female immigrants in the United States. In <i>Work and Migration: Case Studies from around the World</i> (pp. 75-86). Transnational Press London.	SDG-5, SDG-8
Sap S. , Aydın E. . (2021). Women Entrepreneurship in the Digital Age: Challenges and Opportunities, in: <i>Digitalization in Organizations</i> , Mehmed Zahid Çögenli, Editor, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle Upon Tyne.	SDG-5, SDG-9
Bilgici, M. A. , (2022) Hisse Senedi Getirilerinin Finansal Oran Değişimlerine Olan Duyarlılıkları: BİST-30 Şirketlerine Yönelik Bir Uygulama, <i>Yüksek Lisans Tezi</i>	SDG-8

Süklün, H. (Yüksek Lisans Tez Danışmanı) Gender equality: A critical evaluation of interventions that aim to promote gender equality in the workplace in a cross-cultural context	SDG-5, SDG-8, SDG-10
Uner, M. M., Guven, F. , & Cavusgil, S. T. (2020). Churn and loyalty behavior of Turkish digital natives: Empirical insights and managerial implications. <i>Telecommunications Policy</i> , 44 (4), 101901.	SDG-8
Suklun, H. (2021). Work lives of skilled female immigrants in the United States. In <i>Work and Migration: Case Studies from around the World</i> (pp. 75-86). Transnational Press London.	SDG-5, SDG-8
Guven, F. (2018). Churn and loyalty behaviour of Turkish digital natives.	SDG-8, SDG-12
Türk, U., Sap, S. (2021). The effect of the COVID-19 on sharing economy: survival analysis of Airbnb listings. <i>Business & Management Studies: An International Journal</i> ,	SDG-3, SDG-8, SDG-9
Braganza, A., Chen W., Canhoto A., Sap S. , (2020), "Productive employment and decent work: The impact of AI adoption on psychological contracts, job engagement and employee trust". <i>Journal of Business Research</i> , 131, pp.485-494	SDG-8, SDG-9, SDG-12
Braganza, A., Chen, W., Canhoto, A., & Sap, S. (2021). Productive employment and decent work: The impact of AI adoption on psychological contracts, job engagement and employee trust. <i>Journal of business research</i> , 131, 485-494.	SDG-8, SDG-9, SDG-12
GÖLCÜK İ., BAYKASOĞLU A., KARASLAN F. S. , "Krill sürüsü algoritması ile atölye çizelgeleme (Job shop scheduling with krill herd algorithm)", Dokuz Eylül Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Bilimleri Dergisi, sa.16, ss.61-75, 2014	SDG-9
Baykasoglu A., Subulan K., Karaslant F. S. , "A new fuzzy linear assignment method for multi-attribute decision making with an application to spare parts inventory classification", APPLIED SOFT COMPUTING, cilt.42, ss.1-17, 2016	SDG-9
Baykasoglu A., Karaslant F. S. , "Solving comprehensive dynamic job shop scheduling problem by using a GRASP-based approach", INTERNATIONAL JOURNAL OF PRODUCTION RESEARCH, cilt.55, sa.11, ss.3308-3325, 2017	SDG-9

Madenoğlu F. S. , "BULANIK ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME ORTAMINDA YEŞİL TEDARİKÇİ SEÇİMİ", BUSINESS & MANAGEMENT STUDIES: AN INTERNATIONAL JOURNAL, cilt.7, sa.4, ss.1850-1869, 2019	SDG-9
Braganza, A., Chen W., Canhoto A., Sap S. , (2020), "Productive employment and decent work: The impact of AI adoption on psychological contracts, job engagement and employee trust". <i>Journal of Business Research</i> , 131, pp.485-494	SDG-8, SDG-9, SDG-12
Madenoğlu F. S. , "HİBRİT AKIŞ TİPİ ÇİZELGELEME PROBLEMİNİN SEZGİSEL ALGORİTMALAR KULLANILARAK ÇÖZÜMÜ ", BUSINESS & MANAGEMENT STUDIES: AN INTERNATIONAL JOURNAL , cilt.7, sa.3, ss.14-25, 2019	SDG-9
BAYKASOĞLU A., MADENOĞLU F. S. , Hamzadayı A., "Greedy randomized adaptive search for dynamic flexible job-shop scheduling", JOURNAL OF MANUFACTURING SYSTEMS, cilt.56, ss.425-451, 2020	SDG-9
Sap S. , Aydın E. . (2021). Women Entrepreneurship in the Digital Age: Challenges and Opportunities, in: Digitalization in Organizations, Mehmed Zahid Çögenli, Editor, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle Upon Tyne.	SDG-5, SDG-9
Madenoğlu F. S. , "HİBRİT AKIŞ TİPİ ÇİZELGELEME PROBLEMİNİN PARÇACIKSÜRÜ OPTİMİZASYON ALGORİTMASIYLA ÇÖZÜMÜNE BAŞLANGIÇ POPÜLASYONUN ETKİSİ", Journal of Research in Business, cilt.5, sa.2, ss.160-173, 2020	SDG-9
Madenoğlu F. S. , "DİNAMİK ORTAMDA EKSİK OPERASYONLAR HİBRİT AKIŞ TİPİ ÇİZELGELEME PROBLEMİ İÇİN SEZGİSEL YAKLAŞIMLAR", ERCİYES UNIVERSITY JOURNAL OF FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, sa.1, ss.436-450, 2020	SDG-9
Baykasoğlu A., Madenoğlu F. S. , "Greedy randomized adaptive search procedure for simultaneous scheduling of production and preventive maintenance activities in dynamic flexible job shops", SOFT COMPUTING, 2021	SDG-9
Aydoğdu ve Özer (2021). Pandemi döneminde yeni medya ve yeni medyanın değişen tüketici davranışları üzerindeki olası etkileri.	SDG-9, SDG-12
Zhang, X., Koseoglu, M. A., King, B., & Aladag, O. F. (2021). Why are Faculty Unfavorably Disposed to MOOCs?–A Sharing of Views by Chinese Hospitality Educators. <i>Journal of Hospitality & Tourism Education</i> , 1-10.	SDG-9

Özdemir, A., İ. & Çolak, A., (2018) Ulaşım Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Analizi. IVSS INTERNATIONAL VOCATIONAL SCIENCE SYMPOSIUM, cilt.1, ss.10	SDG-9
Ozer, S., Oyman, M., & Uğurhan, Y. Z. C. (2020). The surprise effect of ambient ad on the path leading to purchase: Testing the role of attitude toward the brand. <i>Journal of Marketing Communications</i> , 26 (6), 615-635.	SDG-9
Oyman, M., & Özer, S. (2018). Bir Gerilla Pazarlama Uygulaması Olarak Ambient Reklamcılık (Ortam Reklamcılığı): Basılı Dergi Reklamı ile Ambient Reklamın Etkililik Açısından Karşılaştırılması. <i>Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 18 (4), 173-192.	SDG-9
Madenoğlu, F. S. (2020). Yeşil Tedarikçi Seçim Problemi İçin Hedef Programlama ve Gri İlişkisel Analiz Yöntemi.	SDG-9
Madenoğlu, F. S. (2019). Bulanık Çok Kriterli Karar Verme Ortamında Yeşil Tedarikçi Seçimi. <i>Business & Management Studies: An International Journal</i> , 7 (4), 1850-1869.	SDG-9
Cihan Aydogdu, Ceyda & Ozer, S. (2021). Pandemi döneminde yeni medya ve yeni medyanın değişen tüketici davranışları üzerindeki olası etkileri.	SDG-9, SDG-12
Sap S. , Erkan İ. 2020. <i>How Innovation Affects SMEs' Marketing Strategies</i> , in: Innovation: Principles and Practices, Osman YILMAZ, Pınar ÇÖMEZ, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara.	SDG-9
Sap S. , Özdemir B. M. 2021. <i>A Review of Artificial Intelligence Studies in Marketing</i> , in: Multidisciplinary Perspectives Of AI: Past, Present, FUTURE, SUKLUN, Harika, Editor, On İki Levha Yayıncılık A.Ş., İstanbul.	SDG-9
Özdemir B. M. , Sap S. 2021. <i>Corporate Brand and Corporate Heritage Brand in Family Business Context</i> in: FAMILY BUSINESSES: Business Models and Strategies, YILMAZ, Osman; KARSU, Süreyya, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.271-292, 2021	SDG-9
Erkan, İ., Elwalda, A., Rahman M., S Sap , Doğan S. (2017), “Mobile word of mouth (MWOM) in messaging applications: An integrative framework of the impact of MWOM communication”. <i>International Journal of Applied Business and Management Studies</i> ,	SDG-9, SDG-12

Sarp S (2021), "The Role of Organisational Culture Traits on Corporate Image in Service Industry". <i>SMAR 2(2)</i> , pp. 139-152	SDG-9, SDG-12
Süklün, H. (Yüksek Lisans Tez Danışmanı) Gender equality: A critical evaluation of interventions that aim to promote gender equality in the workplace in a cross-cultural context	SDG-5, SDG-8, SDG-10
Madenoğlu F. S. , "Yeşil Tedarikçi Seçim Problemi İçin Hedef Programlama ve Gri İlişkisel Analiz Yöntemi ", <i>İşletme Araştırmaları Dergisi</i> , cilt.12, sa.1, ss.955-972, 2020	SDG-12
Madenoğlu F. S. , "Personnel Selection By Using Fuzzy Hybrid Multi Criteria Decision Making Methodology", <i>Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , cilt.8, sa.3, ss.953-962, 2020	SDG-12
MADENOĞLU F. S. , "DENGELİ PUAN KART-AHP-MARCOS YÖNTEMLERİNE DAYALITEDARİKÇİ SEÇİMİ", <i>Economics, Business and Organization Research</i> , cilt.2, sa.2, ss.99-120, 2020	SDG-12
Guven, F. (2018). Churn and loyalty behaviour of Turkish digital natives.	SDG-8, SDG-12
Madenoğlu F. S. , "BÜTÜNLEŞİK ENTROPİ-COPRAS YAKLAŞIMI İLE KURUMSAL KAYNAK PLANLAMA (KKP) YAZILIMININ SEÇİMİ", <i>Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi</i> , cilt.19, sa.4, ss.14-29, 2021	SDG-12
Oyman, M. & Ozer, S. (2021). Pandemi döneminde değişen tüketici davranışlarının anlaşılması üzerine kavramsal bir değerlendirme.	SDG-12
Oyman, M. & Ozer, S. (2021). Pandemi döneminde değişen tüketici davranışları ve yeni normalde trendler.	SDG-12
Gökerik, M., Gürbüz, A., Erkan, I., Mogaji, E. and Sap, S. , 2018. Surprise me with your ads! The impacts of guerrilla marketing in social media on brand image. <i>Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics</i> , 30 (5), pp.1222-1238.	SDG-12
Suklun, H. (2014) Professional Immigrant Women in Medium and Large Organizations in the USA: A Phenomenological Study Exploring Communication Conflicts that Arise from Language Barriers (Doktora Tezi) .	SDG-16, SDG-17
Evans, A., & Suklun, H. (2017). Workplace diversity and intercultural communication: A phenomenological study. <i>Cogent Business & Management</i> , 4 (1), 1408943.	SDG-16

Güven, F. (2021) Pazarlamanın varoluşsal krizi ve geleceği. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 3 (2), 175-183.

SDG-17, SDG-3