AKADEMİK ÖZGEÇMİŞ

1. Adı Soyadı: Mohammad Karami

2. Unvanı: asistanı. profesör

3. Öğrenim Durumu:

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	MÜHENDİSLİK	uygulamalı bilim, Iran	2016
Y. Lisans	Pazarlama Yönetimi	EMU	2018
Doktora	Business Administration	NEU	2024

4. Yüksek Lisans / Doktora Tezi

4.1.Yüksek Lisans Tez Başlığı ve Tez Danışman(lar)ı:

- Tez Konusu: İmalat Katma Değerinin Ekonomik Büyümeye Etkisi :

Avrupa'dan Ampirik Kanıtlar

- Danışman: Prof.Dr.Turhan Kaymak

4.2. Doktora Tezi/Tıpta Uzmanlık Tezi Başlığı ve Danışman(lar)ı:

- Güzellik Endüstrisinde İlişkisel Faydalar ve Tekrar Ziyaret Niyeti: Memnuniyet, Güven ve Bağlılığın Aracılık Rolü ve Alışkanlığın Düzenleyici Rolü

- Danışman: Prof.Dr. Şerife Zihni Eyüpoğlu

5. Akademik Unvanlar:

Yardımcı doçentlik tarihi: 9/JULY/2024

7. Yayınlar

7.1. Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler (SCI,SSCI, AHCI, ESCI, Scopus)

- Karami, M., Eyüboğlu, Ş., & Ertugan, A. (2024). Sustaınable consumer behavıor: the ınfluence of habıt on relatıonal benefıts and behavıoral ıntentıons ın personal servıce busınesses. ***Journal of Management Marketing and Logistics*****,** ***11*****(2), 66-79.**

- Azar, N. A. N., & Karami, M. (2025, June). Cosmetics Logos Feature Detection: A Deep Learning Approach Using VAE. In *2025 9th International Symposium on Innovative Approaches in Smart Technologies (ISAS)* (pp. 1-6). IEEE.

- Karami, M., & Karami, S. (2021). COVID-19, a" Black Swan" Event for Cosmetic Market: Evidence from United Kingdom. *International Journal of Management, Accounting & Economics*, *8*(1).

- Rashidifar, M., & Karami, M. (2025). Early maladaptive schemas, body dysmorphic disorder (BDD) and the mediation role of rumination and emotional cognitive regulation: A focus on cosmetics surgery applicants. In *Proceedings of the International Conference on Research in Psychology* (Vol. 2, No. 1, pp. 29-43).

- Karami, M., Karami, S., & Elahinia, N. (2021). Personality or Quality: Influencing Factors in Customers' Intention to Revisit Beauty Salons in Iran. *International Journal of Management, Accounting & Economics*, *8*(5).

- Karamı, M. (2022). Brand equity, brand loyalty and mediating role of customer satisfaction: Evidence from medical cosmetics brands. *Research Journal of Business and Management*, *9*(3), 156-171.

- Karami, M., Eyüpoğlu, Ş. Z., & Ertugan, A. (2023). The influence of relational benefits on behavioral intention and the moderating role of habit: A study in a personal service business. *Behavioral Sciences*, *13*(7), 565.

- Elahinia, N., & Karami, M. (2019). The ınfluence of servıce qualıty on ıranıan students'satısfactıon, loyalty and wom: a case study of north cyprus. *Journal of management marketing and logistics*, *6*(1), 21-34.

- Karami, M., Elahinia, N., & Karami, S. (2019). The effect of manufacturing value added on economic growth: Emprical evidence from Europe. *Journal of Business Economics and Finance*, *8*(2), 133-147.

7.3. Uluslararası bilimsel toplantılard

a sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

13. Son İki Yılda Verilen Lisans ve Lisansüstü Dersler

Academic Year	Semester	Course Name	Weekly Hours		Number of Students
			Theoretical	Practical	
2023 - 2024	Güz	Pazarlama Araştırması	*	-	25
	Bahar	Pazarlama İletişimi	*	-	53
2024 - 2025	Güz	Pazarlama Araştırması	*	-	13
		Pazarlama İletişimi	*	-	20
		Pazarlama ve Toplum	*	-	5
		Pazarlama ve Psikoloji	*	-	7
		Pazarlama Yönetimi	*	-	36
	Bahar	Pazarlama Araştırması	*	-	15
		Pazarlama İletişimi	*	-	7
		Konaklama Pazarlaması	*	-	12
		Pazarlama ve Psikoloji	*	-	3
		Hizmet Pazarlaması	*	-	9
		Dijital Pazarlama	*	-	16