

Curriculum Vitae (Özgeçmiş)
Prof. Dr. Cengiz Yılmaz

METU	ODTÜ
Faculty of Economics and Administrative Sciences	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Department of B.A. (Marketing).	İşletme Bölümü
06800 Ankara, TURKEY	06800 Ankara
Phone: +90-312-210-3066	Tel: +90-312-210-3066
Fax: +90-312-210-7962	Fax: +90-212-210-7962
E-Mail: ycengiz@metu.edu.tr	

Education (Eğitim)

Ph.D. Business Administration, 1999

Marketing
Texas Tech University
Lubbock, Texas, U.S.A

Pazarlama Alanında Doktora, 1999

Texas Tech University
Lubbock, Texas, U.S.A.

Master of Business Administration, 1995

Marketing
Texas Tech University
Lubbock, Texas, U.S.A.

İşletme Yüksek Lisans, 1995

Texas Tech University
Lubbock, Texas, U.S.A.

Bachelor of Arts, 1991

Business Administration
Hacettepe University
Ankara, TURKEY

İşletme Lisans, 1991

Hacettepe Üniversitesi
Ankara

Memberships, Awards, and Grants (Kurul Üyelikler, Ödüller, Destekler ve Burslar)

Member, TÜBİTAK Social Sciences Advisory Council (2017-2019)
TÜBİTAK Sosyal Bilimler Danışma Kurulu Üyesi (2017-2019)

Member, TÜBİTAK Science Awards Determination Council (2018)
TÜBİTAK Bilim Ödülleri Değerlendirme Komisyonu Üyesi (2018)

Five times consecutive winner of METU Faculty of Economics and Administrative Sciences High Performing Faculty Member Award (2011-2012-2013-2014-2015-2016)
Son beş yıl her yıl için ODTÜ İİBF Üstün Başarılı Öğretim Üyesi Ödülü (2012, 2013, 2014, 2015)

Superior Achievement in Social Science Research Award, Boğaziçi University Foundation, 2006.
Sosyal Bilimlerde Araştırmada Yüksek Başarı Ödülü, Boğaziçi Üniversitesi Vakfı, 2006.

Grant for Academic Support, Boğaziçi University Foundation (for three consecutive years, 2006, 2007, 2008, 2009).
Akademik Destek Ödülü, Boğaziçi Üniversitesi Vakfı (4 yıl ard arda, 2006, 2007, 2008, 2009).

Research Grants from The Scientific and Technological Council of Turkey
TÜBİTAK Araştırma Projeleri Destekleri

Best Paper Award: American Marketing Association Winter Marketing Educators' Conference; Sales Force, Channels, and Relationships Track, 2000; San Antonio, TX, U.S.A.
En İyi Makale Ödülü, Amerikan Pazarlama Derneği 2000 Kış Pazarlama Eğitimcileri Konferansı; Satış Gücü, Dağıtım Kanalları ve Pazarlama İlişkileri Alanı; San Antonio, TX, U.S.A.

Grants from the Turkish Academy of Sciences Support Program for International Publications in Social Sciences.

Türkiye Bilimler Akademisi'nden Uluslararası Yayınlar İçin Çeşitli Destekler.

Grant from the Higher Education Council of Turkey to study abroad towards a Ph.D. degree.
YÖK Tarafından Sağlanan Bursla Yurtdışında Yüksek Lisans ve Doktora Eğitimi

Scholarship from Texas Tech University Department of Marketing, Doctoral Program.
Texas Tech Üniversitesi Pazarlama Bölümü Tarafından Yüksek Lisans ve Doktora Eğitimi Süresince Her Yıl Karşılıksız Başarı Bursu.

Academic Experience (Akademik Kuruluşlarda Edinilen Tecrübeler)

Professor of Engineering Management, İzmir Institute of Technology, Nov. 2020 – May 2021
İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü'nde Öğretim Üyeliği (Profesör).

Professor of Marketing, Middle East Technical University, Jan. 2011- Nov. 2020
ODTÜ'de Öğretim Üyeliği (Profesör).

Professor of Marketing, Boğaziçi University, December 2008—Jan. 2011
Boğaziçi Üniversitesi'nde Öğretim Üyeliği (Profesör).

Associate Professor of Marketing, Boğaziçi University, Fall 2002 – December 2008
Boğaziçi Üniversitesi'nde Öğretim Üyeliği (Doçent).

Adjunct Professor, Koç University, Summer 2005, Fall 2006 –
Koç Üniversitesi'nde İlintili Öğretim Üyeliği.

Part Time Lecturer, Middle East Technical University, EMBA Program, 2007-2008.
ODTÜ İkinci Eğitim İşletme Yüksek Lisans Programı'nda Görevlendirme ile Ders Verme.

Associate Professor of Marketing, Gebze Institute of Technology, 2002 – 2002
Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü'nde Öğretim Üyeliği (Doçent).

Assistant Professor of Marketing, Gebze Institute of Technology, 1999 - 2002.
Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü'nde Öğretim Üyeliği (Yardımcı Doçent).

Part Time Lecturer, Boğaziçi University, 2003.
Boğaziçi Üniversitesi'nde Görevlendirme ile Ders Verme.

Lecturer, Texas Tech University, 1998 - 1999.
Texas Tech Üniversitesi'nde Öğretim Görevlisi.

Teaching Assistant, Texas Tech University, 1997-1998
Texas Tech Üniversitesi'nde Öğretim Görevlisi.

Research Assistant, Texas Tech University, 1995-1997
Texas Tech Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi.

Administrative Services. (İdari Görevler).

Vice Director, Gebze Institute of Technology Revolving Funds Administration, 2000-2001.
Döner Sermaye İşletmesi Müdür Yardımcısı, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, 2000-2001.

Director, Gebze Institute of Technology Revolving Funds Administration, 2001-2004.
Döner Sermaye İşletmesi Müdürü, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, 2001-2004.

Department Vice Chair, Boğaziçi University, Department of Management, 2007-2007.
Bölüm Başkan Yardımcısı, Boğaziçi Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü 2004-2007.

Member, Faculty Administrative Council; Boğaziçi University, Faculty of Economics and Administrative Sciences (2007-2009).
Fakülte Yönetim Kurulu Üyesi, Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (2007-2009).

Member, Faculty Council; Boğaziçi University, Faculty of Economics and Administrative Sciences (2008-2011).
Fakülte Kurulu Üyesi, Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (2008-).

Member, Faculty Council; METU Faculty of Economics and Administrative Sciences (2018-).
Fakülte Kurulu Üyesi, ODTÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (2018-).

Department Chair; METU Department of Business Administration (2013--2015)
Bölüm Başkanı, ODTÜ İşletme Bölümü

Dean, Abdullah Gül Üniversitesi, School of Leadership and Management Sciences (Eylül 2015 – Eylül 2016)
Dekan, Abdullah Gül Üniversitesi Yönetim Bilimleri Fakültesi

Counselor to the Rector, Abdullah Gül University (September 2016 – September 2017)
Rektör Danışmanı, Abdullah Gül Üniversitesi

Vice Rector, Abdullah Gül University (September 2017 - May 2021).
Rektör Yardımcısı, Abdullah Gül Üniversitesi

Rector, Abdullah Gül University (May 2021 -).
Rektör, Abdullah Gül Üniversitesi

Business Experience (Consulting, Training & Joint Projects)

T. İş Bankası A.Ş., T. Garanti Bankası A.Ş., Turkcell, Coca-Cola, Turk Telekom Asssist, Vestel, Loreal, Merck Sharp Dohme, Abbvie, Havelsan, Ipsos Araştırma, Metropoll Araştırma, Odak Araştırma, Türk Ekonomi Bankası, ODTÜ Teknokent, Marmara Teknopark,

KOSGEB, TÜBİTAK (TEYDEP), Rekabet Kurumu, Innova, IcTerra, Şikayetvar.com, and several SMEs.

Scientific and/or Industrial Projects (*Bilimsel ve/veya Endüstriyel Nitelikli Proje Çalışmaları*).

Project (*Proje Konusu ve Niteliği*)

Status (*Projenin Mevcut Durumu*)

The Economic and Societal Impact of Coca-Cola in Turkey, Project Leader (Funded by Coca-Cola Turkey)	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
Project leader and/or consultant in several (more than 100) market research/consulting projects for leading research and consulting firms in Turkey	ALL COMPLETED (<i>HEPSİ TAMAMLANDI</i>)
Mentorship and consulting support for several (more than 50) start-up high-tech businesses at METU Technokent	ALL COMPLETED (<i>HEPSİ TAMAMLANDI</i>)
Member of the Committee for evaluation of and granting support to small- and medium-sized enterprises at KOSGEB (Presidency of the Council for Supporting and Developing Small- and Medium-Sized Businesses in Turkey)	ONGOING APPOINTMENT RENEWED EACH YEAR SINCE 2013.
TÜBİTAK SOBAG 112K462 Müşteri Şikayet Süreci Yönetiminin Firma Pazarlama ve Finansal Performansına Etkileri: Gerçek Şikayet Verileri ve Şikayetçi -Algılarının Farklı Sektörlerde İncelenmesi	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
TÜBİTAK SOBAG 107K543 “Çevreyi Koruma İddiası İçeren Reklamların Etkililiği: Mesaj belirginliği, Ürün Türü ve Tüketici Bilgi İşleme Tarzının Etkilerini İnceleyen Deneysel Bir Araştırma,”	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
TÜBİTAK SOBAG 107K117 “Türk İmalat ve Hizmet İşletmelerinde Kültürel Profil ve Yönetimsel Eğilimlerin Ortaya Konması ve Bunların Şirket Performansının Çeşitli Boyutları Üzerine Etkilerini Belirlemeye Yönelik Zaman Serimli Bir Saha Araştırması,”	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
Kocaeli Sanayisi Teknolojik Uzgörü Projesi Ekonomik ve Sosyal Komite Üyeliği, Kocaeli Sanayi Odası – GYTE Ortak Projesi.	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
<i>Türk Otomotiv Sektöründe Üretici Firma – Bayii İşbirliği</i> , GYTE Araştırma Fonu Projesi, Proje Yöneticisi (00-A-04-01-15).	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)

<i>Dağıtım Kanallarında Bayii Memnuniyeti ve Kanal Etkinliği</i> , GYTE Araştırma Fonu Projesi, Proje Yöneticisi (01-A-04,01-18).	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
TÜBİTAK SOBAG 112K462 Müşteri Şikayet Süreci Yönetiminin Firma Pazarlama ve Finansal Performansına Etkileri: Gerçek Şikayet Verileri ve Şikayetçi -Algılarının Farklı Sektörlerde İncelenmesi ” PROJE YÜRÜTÜCÜSÜ	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
TÜBİTAK SOBAG 107K543 “Çevreyi Koruma İddiası İçeren Reklamların Etkililiği: Mesaj belirginliği, Ürün Türü ve Tüketici Bilgi İşleme Tarzının Etkilerini İnceleyen Deneysel Bir Araştırma,” PROJE YÜRÜTÜCÜSÜ	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
TÜBİTAK SOBAG 107K117 “Türk İmalat ve Hizmet İşletmelerinde Kültürel Profil ve Yönetimsel Eğilimlerin Ortaya Konması ve Bunların Şirket Performansının Çeşitli Boyutları Üzerine Etkilerini Belirlemeye Yönelik Zaman Serimli Bir Saha Araştırması,” PROJE YÜRÜTÜCÜSÜ	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
Kocaeli Sanayisi Teknolojik Uzgörü Projesi Ekonomik ve Sosyal Komite Üyeliği, Kocaeli Sanayi Odası – GYTE Ortak Projesi.	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
<i>Türk Otomotiv Sektöründe Üretici Firma – Bayii İşbirliği</i> , GYTE Araştırma Fonu Projesi, Proje Yöneticisi (00-A-04-01-15).	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)
<i>Dağıtım Kanallarında Bayii Memnuniyeti ve Kanal Etkinliği</i> , GYTE Araştırma Fonu Projesi, Proje Yöneticisi (01-A-04,01-18).	COMPLETED (<i>TAMAMLANDI</i>)

Research Interests (Başlıca Araştırma İlgi Alanları)

Distribution channels, relationship marketing, inter-firm relationships, cultural and strategic issues concerning intra- and inter-firm aspects of marketing systems and their links with business performance.

Dağıtım Kanalları, İlişkisel Pazarlama, Firmalar Arası İlişkiler, Firma İçi ve Firmalar Arası İş İlişkilerini Belirleyen Kültürel ve Stratejik Unsurlar ve Bunların Firma Performansı Üzerindeki Etkileri.

Teaching Interests (Başlıca Ders Verme İlgi Alanları)

Marketing Theory, Consumer Behavior Theory, Research Methods, Marketing Strategy, Marketing Management, and Channels of Distribution.

Pazarlama Teorisi, Tüketici Davranışı Teorisi, Araştırma Yöntemleri, Pazarlama Stratejisi, Pazarlama Yönetimi, Dağıtım Kanalları.

Courses Taught (Çeşitli Üniversitelerde Pazarlama Alanında Verilen Dersler)

Ph.D. Courses

Research Methods I, Research Methods II, Marketing Thought and Theory, Theory of Consumer Behavior.

Doktora Dersleri

Araştırma Yöntemleri I, Araştırma Yöntemleri II, Pazarlama Teorisi, Tüketici Davranışı Teorisi.

MBA Courses

Marketing Strategy, Marketing Research, Consumer Behavior, Advertising and Promotions Management, Strategic Marketing Management, Retail Management.

Yüksek Lisans Dersleri

Pazarlama Stratejisi, Pazarlama Araştırmaları, Tüketici Davranışı, Reklam ve Tutundurma Yönetimi, Stratejik Pazarlama Yönetimi, Perakende İşletmeleri Yönetimi.

Undergraduate Courses

Introduction to Marketing, Marketing Management, Retail Management, Marketing Research

Lisans Programı Dersleri

Pazarlamaya Giriş, Pazarlama Yönetimi, Perakende İşletmeleri Yönetimi, Pazarlama Araştırmaları.

Theses Chaired, Ph.D. (Yönetilen Doktora Tezleri).

Oğuzhan Aygören (Boğaziçi University), 2013, Voting Behavior: Role of Identity Fit and Ideology Fit.

Selin Küçükkancabaş (Boğaziçi University), 2011, Factors Affecting University Choice of Turkish Students.

Barış Ursavaş (Boğaziçi Üniversitesi), 2011, Music and Consumer behavior.

Kaan Varnalı (Boğaziçi Üniversitesi), 2010, Exploring Drivers of Success in Push-Type Mobile Marketing

Mısra Çağla Gül (Boğaziçi Üniversitesi), 2008, Cultural Orientations, Environmental Dimensions, and Firm Performances: An Integrative Framework and Empirical Investigation.

Ümit Almaçık (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2009, Reklamlarda Çevreci Mesajların Etkisi: Ürün türü ve mesaj özellikleri açısından bir inceleme.

Caner Giray (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2008, Identification, Brand Attitudes, and Behavioral Intentions Towards Brands: An Investigation in the Context of Soccer Industry.

H. Murat Mutlu (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2007, Dağıtım Kanallarında Kanal Üyelerinin Performansını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir İnceleme.

Fahri Apaydın (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2007, Örgütlerde Kurumsallaşma ve Adaptif Yeteneklerin Pazarlama Eylemlerine ve Örgütsel Performansa Etkileri.

Bulent Sezen (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2002, Logistical Performance, Fairness Perceptions, and Economical Satisfaction in Contractual Channels of Distribution.

Gulsen Akman (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2003, Market Orientation, Innovation Strategy, and Innovation Success in the Turkish Software Industry.

Theses Chaired, Masters. (*Yönetilen Yüksek Lisans Tezleri*).

İlayda Güngör (ODTÜ), 2013, The Antecedents of private Label product Purchasing Intentions: An Experimental Analysis.

Zuhal Sinem Kurşun (ODTÜ), 2013, Social Media and WOM Dispersion: Factors Affecting Likelihood of Diffusion.

Duygu Demirkan (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2002, Control Systems in Distribution Channels: Effects of Monitoring and Task Identifiability on Forms of Relational Behaviors.

Soner Ozbal (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2002, Surrogate Shopping and Implications for Key Parameters in Marketing Strategy: An Exploratory Study in the Turkish Pharmaceutical Industry.

Munir Bekirov (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2002, An Empirical Analyses into the Measurement of Service Quality in Ukraine Airways.

Can, Alper (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2001, Sales Promotions in the Tourism Industry: An Exploratory Study.

Bayav, İbrahim Özgür (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2002, Customer Satisfaction: Definition, Alternative Theoretical Approaches, and Consequences.

Gezgin, Güzide (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2002, Interrelationships across Production, Logistics, and Marketing Functions in Business Firms.

Uçar, Nilüfer (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2003, Influence Strategies in Distribution Channels and Their Effects on Firm Performance.

Turhan, Güliden (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2005, Factors Affecting Attitude Formation and Transfer in Brand Extensions.

Arıkan, Yaprak Aktekin (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2005, Exploring the Effectiveness of Sales and Promotions Efforts of Sales Representatives in the Pharmaceuticals Industry.

Ceylan, Emre (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2005, A Study of Lifestyle- and Value-Based Segmentation of Turkish Consumers.

Timofeev, Alman (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2003, The Effects of Dependence on Channel Coherence and Performance.

Aras, Uğur (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2003, Conflict resolution Strategies in Channels of Distribution.

Manasov, Mirlan (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü), 2002, Teamwork: A Field study Exploring the Antecedents of Teamwork across Students..

* In addition, I have participated in the supervision and evaluation of several Ph.D. theses and Masters theses as a committee member.

*Yukarıda listelenen benim yönetimimde gerçekleştirilen tezlere ilave olarak çok sayıda doktora ve yüksek lisans tezinde takip komisyonu ya da jüri üyesi olarak görev yaptım.

Refereed Publications in Scholarly (International) Journals. (*Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanan Eserler*).

A1. Yılmaz, Cengiz and Shelby D. Hunt (2001), "Salesforce Cooperation: The Influence of Relational, Task, Organizational, and Personal Factors," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29, (4), 335-357. **(SSCI Kapsamında)**

A2. Yılmaz, Cengiz, (2002) "Salesperson Performance and Job Attitudes Revisited: An Extended Model and Effects of Potential Moderators," *European Journal of Marketing*, Vol. 36, 11/12, 1389-1414. **(SSCI Kapsamında)**

A3. Yılmaz, Cengiz, Bülent Sezen and Ebru Tümer Kabadayı, (2004) "Supplier Fairness as a Mediating Factor in the Supplier Performance-Reseller Satisfaction Relationship," *Journal of Business Research*, Vol 57, 8, 854-863. **(SSCI Kapsamında)**

A4. Ertürk, Alper, Adnan Ceylan, and Cengiz Yılmaz (2005), "Promoting Organizational Citizenship Behaviors: Relative Effects of Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Perceived Managerial Fairness," *Metu Studies in Development*, 31, 2, 189-210.

A5. Yılmaz, Cengiz, Bülent Sezen, and Özlem Özdemir (2005), "Joint and Interactive Effects

of Trust and (Inter) Dependence on Relational Behaviors in Long-Term Channel Dyads,” *Industrial Marketing Management*, 34, 3, 235-248. **(SSCI Kapsamında)**

- A6. Yılmaz, Cengiz, Lutfihak Alpkın, and Ercan Ergun, (2005) “Cultural Determinants of Customer- and Learning Oriented Value Systems and their Joint Effects on Firm Performance,” *Journal of Business Research*. 58, 1340-1352. **(SSCI Kapsamında)**
- A7. Alpay, Guven, Muzaffer Bodur, and Cengiz Yılmaz (2005), “Corporate Entrepreneurship and Firm Performances: A Comparison of the Effects of Entrepreneurship Dimensions on the Performance Levels of Turkish Firms in Foreign Versus Domestic Markets.” *International Journal of Business, Management, and Economics*, Vol 1, No 3, 2005
- A8. Akgun, Ali, Garry S. Lynn, and Cengiz Yılmaz, (2006), “Learning Process In New Product Development Teams and Effects on Product Success: A Socio-Cognitive Perspective,” *Industrial Marketing Management*, 35, 210-224. **(SSCI Kapsamında)**
- A9. Sezen, Bulent, and Cengiz Yılmaz, (2007), “Relative Effects of Dependence and Trust on Flexibility, Information Exchange, and Solidarity in Marketing Channels,” *Journal of Business and Industrial Marketing*, 22/1, 41-51. **(SSCI Kapsamında)**
- A10. Yılmaz, Cengiz and Ebru Tumer Kabadayi (2006) “The Role of Monitoring in Interfirm Exchange: Effects of Unilateral Partner Cooperation,” *Journal of Business Research*, 59,12, 1231-38. **(SSCI Kapsamında)**
- A11. Alpkın, Lutfihak, Cengiz Yılmaz, and Nihat Kaya (2007), “Market Orientation and Planning Flexibility in SMEs: Performance Implications and an Empirical Investigation.” *International Small Business Journal*, 25(2), 152-172. **(SSCI Kapsamında)**
- A12. Alpay, Güven, Muzaffer Bodur, Cengiz Yılmaz, et al., (2008), “Performance Implications of Institutionalization Process in Family-Owned Businesses: Evidence from an Emerging Economy,” *Journal of World Business*,43, (4), 435-448. **(SSCI Kapsamında)**
- A13. Gülsen Akman and Cengiz Yılmaz (2008) “Innovative Capability, Innovation Strategy and Market Orientation: An Empirical Analysis in Turkish Software Industry,” *International Journal of Innovation Management*, Vol. 12, No. 1, March, pp. 69–111
- A14. Yılmaz, Cengiz and Ercan Ergun (2008), “Organizational Culture and Firm Effectiveness: An Examination of Relative Effects of Culture Traits and the Balanced Culture Hypothesis in an Emerging Economy,” *Journal of World Business*,43,(4), 290-306. **(SSCI Kapsamında)**
- A15. Irem Erdoğan, Muzaffer Bodur, and Cengiz Yılmaz (2010), “International Strategies of Emerging Market Firms: Standardization in Brand Management Revisited,” *European Journal of Marketing*, 44, 9/10, 1410-1436. **(SSCI Kapsamında)**
- A16. Ozdemir, Ozlem and Cengiz Yılmaz (2010), “Factors Affecting Risk Mitigation

Revisited: The Case of Earthquake in Turkey,” *Journal of Risk research*. **(SSCI Kapsamında)**

- A17. Ozdemir, Ozlem and Cengiz Yilmaz (2010), “Olasılığı düşük risklerin yönetimi ve risk algısı: Deprem riski üzerine bir saha araştırması,” *İktisat, İşletme ve Finans*, 25 (295), 47-71. **(SSCI Kapsamında)**
- A 18. Cengiz Yılmaz, Eser Telci, Muzaffer Bodur, and Tutku Elci (2011), “Source characteristics and advertising effectiveness: The roles of message processing motivation and product category knowledge,” *International Journal of Advertising*, Vol.30 (5), 889-914. **(SSCI Kapsamında)**
- A 19. Güven Alpay, Muzaffer Bodur, Cengiz Yılmaz, Pınar Büyükbacı (2012), “How does innovativeness yield superior firm performance? The role of marketing effectiveness,” *Innovation: Management, Policy & Practice*,” Volume 14 Issue 1. **(SSCI Kapsamında)**
- A 20. Cengiz Yılmaz, Oğuzhan Aygören, Özlem Özdemir (2012), “Türkiye’de Siyasi Kutuplaşmayı Oluşturan Unsurlar: Seçmen Tercihlerinde Ekonomik Oy verme Davranışından Toplumsal Travma Kuramına Kadar Bir Dizi Etkenin Görece Etkileri,” *İktisat, İşletme ve Finans*, 27(311), 09-39. **(SSCI Kapsamında)**
- A21. Umit Alniacik and Cengiz Yilmaz (2012), “The Effectiveness of Green Advertising: Influences of Claim Specificity, Product’s Environmental Relevance and Consumers’ Pro-Environmental Orientation ,” *Amfiteatru Economic*, 14(31), 207-222. **(SSCI Kapsamında)**.
- A22. Kaan Varnali, Cengiz Yılmaz, and Aysegul Toker (2012), “Predictors of Attitudinal and Behavioral Outcomes in Mobile Advertising,” *Electronic Commerce Research and Applications*,11, 567-584. **SSCI ve SCI Kapsamında**
- A23. Dülger, Meral, Güven Alpay, Cengiz Yılmaz, Muzaffer Bodur (2014), “How Do Learning Orientation and Strategy Yield Innovativeness and Superior Firm Performance?” *South African Journal of Business Management*, 45, 2, 35-50. **(SSCI Kapsamında)**
- A24. Alan, Alev Kocak, Ebru Tumer Kabadayi, Cengiz Yilmaz (2015), “Cognitive and Affective Constituents of the Consumption Experience: Effects on Store Loyalty,” *Service Business*, **(SSCI Kapsamında)**
- A 25. Yilmaz Cengiz, Kaan Varnali and Berna Tari Kasnakoglu (2016), “How do firms benefit from customer complaints?” *Journal of Business Research*, 69, 2, 944-955. **(SSCI Kapsamında)**
- A 26. Kasnakoglu, Berna Tari, Cengiz Yilmaz, and Kaan Varnali (2016), “An asymmetric configural model approach for understanding complainer emotions and loyalty,” *Journal of Business Reseach*, 69, 3659-3672. **(SSCI Kapsamında)**
- A.27. Cevahir uzkurt, Halik Semih Kimzan, and Cengiz Yilmaz, (2017), “A Case Study of the Mediating Role of Innovation on the Relationship Between Environmental

Uncertainty, Market Orientation, and Firm Performance,” *International Journal of Innovation and Technology Management* 13(06):1750003. **(SSCI Kapsamında)**

- A. 28. Arikan, Esra, Cengiz Yilmaz, and Muzaffer Bodur (2016), “Expanding the Boundary of Brand Extensions through Brand Relationship Quality”, *Journal of Business, Economics, and Management*, 17(6), 930-944. **(SSCI Kapsamında)**
- A.29. Bengul, S. Sureyya and Cengiz Yilmaz (2018), “Effects of Customer Complaint Management Quality on Business performance in Service Businesses: An Application in Turkish Banking Sector,” *Bogazici Journal*, 32, 2, 77-100.
- A.30. Bengu, Elif, Emeric Abrignani, İhsan Sabuncuoğlu, and Cengiz Yilmaz (2020), “Re-Thinking Higher education for the Emerging Needs of Society,” *Global Solutions Journal*, 5, 178-187.

International Books (*Uluslararası Kitaplar*)

- E1. Mobile Marketing: Fundamentals and Strategy (with Kaan Varnalı and Aysegul Toker). NY: McGraw-Hill. 2011.

International Book Chapters (*Uluslararası Kitap Bölümleri*)

- E2. Varnalı, Kaan and Cengiz Yılmaz (2010) “Mobile Consumer Behavior” in I Lee (ed), *Encyclopedia of E-Business Development and Management in the Global Economy* (767-778), Hershey: IGI-Global.
- E3. Varnalı, Kaan and Cengiz Yılmaz (2011) “Mobile Marketing at Turkcell: Turkey’s Leading GSM Operator,” *Emerald Emerging Markets Case studies*, Vol. 1, No:1, 1-9.
- E4. Oguzhan Aygoren and Cengiz Yılmaz (2015) “Understanding Choice Behavior in Political Marketing Context: A Favorable Voter Response Model,” in *Ideas in Marketing: Finding in New and Polishing the Old*, ed. Krysztof Kubacki, pp. 91-94, Academy of Marketing Science, Springer International Publishing. ISBN: 978-3-319-10950-3

Refereed (International) Conference Proceedings (*Uluslararası Kongre/Konferanslarda Sunulan ve Kongre/Konferans Kitapçığında Yayınlanan Bildiriler*).

- B1. Yilmaz, Cengiz and Ozlem Ozdemir “The Relationships among Salesperson Performance and Job Attitudes in Commission-Based Retail Selling: An Extended Model and Empirical Evidence,” *2000 AMA Winter Marketing Educators’ Conference Proceedings*, San Antonio, TX: American Marketing Association. (**Best Paper Award**).
- B2. Yilmaz, Cengiz and Bulent Sezen, “Supplier Fairness and Channel Member Satisfaction: Key Mediating Factor or One of Many Antecedents?” *2001 GBATA International Conference Proceedings*, İstanbul: Global Business and Technology Association.

- B3. Ozdemir, Ozlem and Cengiz Yilmaz, "Implicit Value of Statistical Life: Literature Review and Empirical Estimation," *2001 ert/metu Conference in Economics V Proceedings*, Ankara: Middle East Technical University
- B4. Yilmaz, Cengiz, Nihat Kaya, and Lutfihak Alpkın, "Market Orientation And Business Performance In Small- And Medium-Sized Organizations: Exploring The Moderating Effects Of Environmental Dynamism And Planning Flexibility," *2002 IMDA 11th Annual World Business Congress Proceedings*, Antalya: International Management Development Association
- B5. Sezen, Bulent and Cengiz Yilmaz, "Delving Further into the Nature of Cooperation in Supplier-Channel Member Relationships: Relative Effects of Trust and Dependence on Channel Member Cooperative Behaviors under Different Levels of Environmental Uncertainty," *2002 IMDA 11th Annual World Business Congress Proceedings*, Antalya: International Management Development Association
- B6. Sezen, Bulent and Cengiz Yilmaz, "Moderating Influence of Conflict within Manufacturer-Channel Member Relationships" *2002 IMDA 11th Annual World Business Congress Proceedings*, Antalya: International Management Development Association
- B7. Akman, Gulsen and Cengiz Yilmaz, "Dimensions of Innovation Strategy: Effects on Innovative Capability and Innovation Success under Differing Levels of Environmental Uncertainty," *2003 GBATA International Conference Proceedings*, Budapest: Global Business and Technology Association.
- B8. Ergun, Ercan, Erol Eren, Lutfihak Alpkın, and Cengiz Yılmaz, "Moderating Effects of Market Dynamism on the Relationship between Basic Cultural Assumptions and Firm Performance," *2003 GBATA International Conference Proceedings*, Budapest: Global Business and Technology Association.
- B9. Kabadayi, Ebru Tumer, Bulent Sezen, and Cengiz Yilmaz, "Task Identifiability as a Moderating Factor between Dependence and Information Exchange in Channel Partnerships," *2003 GBATA International Conference Proceedings*, Budapest: Global Business and Technology Association.
- B10. Kaya, Nihat and Cengiz Yılmaz, "Market Orientation and Business Performance in SMEs: Exploring the Moderating Effects of Strategy Type and Market Dynamism," *2003 GBATA International Conference Proceedings*, Budapest: Global Business and Technology Association.
- B11. Sezen, Bulent, Lutfihak Alpkın, and Cengiz Yılmaz, "Moderating Effects of Manufacturing and Business Strategies on Performance," *2003 GBATA International Conference Proceedings*, Budapest: Global Business and Technology Association.
- B12. Sait Varol, Lutfihak Alpkın, and Cengiz Yılmaz, "Investigating Factors Impacting on Remote Workers' Job Satisfaction in Marketing," *International Conference on Business, Economics, and Management*, 2005 (16-19 June), Çeşme, İzmir, Turkey.

- B13. Akman, Gulsen and Cengiz Yilmaz, "Effects of Market Orientation on Firms' Innovative Capability in the Turkish Software Industry: An Empirical Examination," 2003 *Euro / Inform's Joint International Meeting, Istanbul*.
- B14. Alpay, Güven, Muzaffer Bodur, and Cengiz Yilmaz, "Corporate Entrepreneurship and Firm Performances: A Comparison of the Effects of Entrepreneurship Dimensions on the Performance Levels of Turkish Firms in Foreign versus Domestic Markets," *International Conference on Business, Economics, and Management*, 2005 (16-19 June), Çeşme, İzmir, Turkey.
- B15. Ozdemir, Ozlem and Cengiz Yilmaz, "Investigating Risk-Management Strategies: The Case of Earthquake in Turkey," 2008 *GBATA International Conference Proceedings*, Madrid: Global Business and Technology Association.
- B 16. Bulut C and Cengiz Yilmaz "Innovative performance impacts of corporate entrepreneurship: An empirical research in Turkey, *Proceedings of Academy of Innovation and Entrepreneurship Conference, 2008, Beijing*, 414-417.
- B17. Varnalı, Kaan, Aysegul Toker, and Cengiz Yilmaz, A Consumer-Centric Model for Mobile Marketing. *12th International Conference of ASBBS, 2010, London*, 100-115.
- B18. Aydin, A., Aygoren, O, Bodur, M., and Yilmaz, C., "Preference Construction and Consumer Knowledge: How Do Levels of Objective and Subjective Knowledge Affect Preference Consistency Across Differing Decision Tasks?," *2011 Asia-Pacific Conference of Association for Consumer Research*, Beijing, Renmin University of China, (Duluth, MN: Association for Consumer Research, 2011).
- B19. Muzaffer Bodur, Cengiz Yilmaz, Pinar Yildirim, Baris Ursavas, "I Know What I Saw: Advertising's Distortion Effect on Memory," *2011 Asia-Pacific Advances in Consumer Research*, Volume 9 pg. 178, Beijing, Renmin University of China, (Duluth, MN: Association for Consumer Research, 2011).
- B20. Meral Dülger, Güven Alpay, Muzaffer Bodur, and Cengiz Yilmaz, "Effects Of Learning Orientation on SME Innovativeness," *International Entrepreneurship Congress 2011 Proceedings*, İzmir University Of Economics
- B21. Ozlem Ozdemir and Cengiz Yilmaz, "Investigating Risk Reduction Mechanisms in Outcome Ambiguity: Experimental Evidence," *Society for Risk Analysis- Europe Annual Meeting*, Zurich, June 2012
- B22. Aygoren, O. & Yilmaz, C. (2013) "Understanding Choice Behavior in Political Marketing Context: A Favorable Voter Responses Model," *Proceedings of the 42nd Academy of Marketing Science Annual Conference, AMS*, May 15-17, Monterey View, California, US. (Structured Abstract)
- B23. Aygoren, O., & Yilmaz, C. (2013) "Understanding Choice Behavior in Political Marketing Context: A Favorable Voter Response Model," *Marketing Science Conference, INFORMS, *July, 11-13, Istanbul, Turkey (scheduled).

- B24. Aygoren, O., & Yilmaz, C. (2013) "An Integrative Model of Voting Choice Behavior," *American Marketing Association Winter Educator's Conference, AMA, *February, 14-16, Las Vegas, US.
- B25. Aygoren, O., & Yilmaz, C. (2012) "Understanding and Modelling Voter Choice Behavior with Empirical Data," *American Political Science Association Annual Meeting, APSA,* August, 29- September, 1, New Orleans, US.
- B 26. Torlak,Ömer,Erdoğan, B. Zafer ve Yılmaz, Cengiz (May 2013), "AHI Organizations as a Social Marketing Model",In: Proceedings of the Social Business@Anadolu International Conference, pp.183-192,Anadolu University, Eskişehir-Turkey,30-31 May, 2013.
- B 27. Varnali, Yilmaz, Tari, et. al (2014) Customer Complaint Handling in Social Media: A Justice Theory Approach, European Marketing Academy 2014 Regional Conference, Poland.
- B 28. Tari, Yilmaz, Varnali, (2014) Specific Emotions and Explicit Content in Customer Complaints: Implications for Predicting Customer Loyalty, European Marketing Academy 2014 Regional Conference, Poland.
- B. 29 B. Zafer Erdogan, Omer Torlak, Mahmut Sami İlek, Cengiz Yilmaz (2015), “A Historical Approach to Marketing from Anatolia: Akhi Organizations,” 17th 2015 Biennial Conference on Historical Analyses and Research in Marketing (CHARM), on board RMS Queen Mary, Long Beach, California USA
- B. 30. Yilmaz C & Yilmaz C. (2017), “Relative Effects Of Trust And Service Quality Assesments On Perceptions Of Relationship Quality In Interfirm Relations In The Context Of Conventional Distribution Channels ,” 20th International Scientific Conference on Economic and Social Development, Prague, April 2017.
- B. 31. Volkan Dogan. Richard P Bagozzi, and Cengiz Yilmaz, “Why Do People Give Gifts?: Gift-Giving Motivations Scale Development And Cross-Cultural Validation,” 2018 Summer American Marketing Association (AMA) Conference: Boston, USA, June 2018.

National Books (Türkçe Yayınlanmış Kitaplar)

Cengiz Yılmaz, Tavşan ile Kaplumbağa: Bir rekabet Analizi, Doğan Kitap, 2011.

Chapters/Editorship in National Books (Türkçe Yayınlanmış Kitaplarda Bölüm Yazarlığı ya da Editörlük)

E1. Yılmaz Cengiz (2019), *Ekonomi, Endüstri, Rekabet ve Müşteri Analizi*, KOSGEB Girişimcilik El Kitabı, KOSGEB, Editör: Bayram Zafer Erdoğan.

- E2. Yılmaz Cengiz (2019), *İş Planı Geliştirme*, KOSGEB Girişimcilik El Kitabı, KOSGEB, Editör: Bayram Zafer Erdoğan.
- E3. Yılmaz Cengiz (2013), *Pazarlamada Satışın Yeri ve Önemi*, Satış Teknikleri, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Editör: Nurcan Turan
- E4. Yılmaz Cengiz (2013), *Perakendecilikte Satış Yönetimi: Tanımı, Önemi ve İçeriği*, Satış Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Editörler: Cengiz Yılmaz, Nezihe Figen Ersoy.
- E5. Yılmaz Cengiz (2013), *Perakendecilikte Satış Süreci ve İlişki Yönetimi*, Satış Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Editörler: Cengiz Yılmaz, Nezihe Figen Ersoy.
- E6. Yılmaz Cengiz (2012), *Jenerik Pazarlama Stratejileri ve Rekabet Avantajlarının Sürdürülebilirliği*, Pazarlama Stratejileri: Yönetimsel Bir Yaklaşım, Beta Yayınları, Editörler: Ömer Torlak ve Remzi Altunışık
- E7. Salih Akyürek ve Cengiz Yılmaz (2014), *Suriye Sorunu ve Türk Dış Politikasına Toplumsal Bakış*, Orta Doğu'da Değişim ve Türkiye, Bilgesam Yayınları, Editörler: Atilla Sandıklı, Erdem Kaya.

Publications in Turkish-Language Refereed Journals (*Ulusal Hakemli Dergilerde Yayınlanan Çalışmalar*).

- C1. Yılmaz, Cengiz ve Ebru Tumer Kabadayı, "Dağıtım Kanallarında Bayilerin Üretici Firma Lehine İşbirliği Davranışlarını Etkileyen Faktörleri İnceleyen Bir Araştırma," *ÖNERİ, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 5, 99-106, (2002).
- C2. Yılmaz, Cengiz, Ebru Tumer Kabadayı ve Bulent Sezen, "Dağıtım Kanallarında Üretici-Bayi İlişkilerinde Bağımlılık Kavramı ve Bağımlılığın İşbirliği, Bağlılık ve Memnuniyet Üzerine Etkileri," *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5, 181-192, (2002).
- C3. Yılmaz, Cengiz ve Nihat Kaya, "Uzmanlaşmış Kabiliyet Sahipliğinin Rekabetçi Odaklanmalar Açısından Orta Büyüklükteki İşletmelerin Performans Seviyeleri Üzerindeki Etkilerine Yönelik Keşifsel Bir Araştırma," *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6, (2002).
- C4. Yılmaz, Cengiz ve Bülent Sezen, "Üretici Firma-Bayi İlişkilerinde Memnuniyet, Tedarik Performansının Önemi ve Çatışmanın Etkileri," *Pazarlama Dünyası*, 16, 2002-01, 48-54, (2002).
- C5. Sezen, Bülent, Cengiz Yılmaz ve Güzide Gezgin (2002), "Lojistik İşlevinin Pazarlama ve Üretim Birimleri Arasındaki Bağlayıcı Rolü ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri," *D.E.Ü. İİBF Dergisi*, 17, 2, 133-146.
- C6. Yılmaz, Cengiz ve Ozlem Ozdemir, "Rekabet, İşletme Stratejisi ve Pazarlama: Tarihsel Bakış Açısıyla Kritik Bir Değerlendirme," *PI: Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 1, 1, 37-42, (2002).

- C7. Alpkan, L., Ergün, E., Bulut, Ç., Yılmaz, C., “Şirket Girişimciliğinin Şirket Performansına Etkileri” *Doğuş Üniversitesi Dergisi* 6 (2), Temmuz (2005)
- C8. Mutlu, H. Murat ve Cengiz Yılmaz, “Dağıtım Kanallarında Satıcı İşletmelerin Performanslarının Değerlendirilmesi,” *Sakarya Üniversitesi SBE Akademik İncelemeler Dergisi*, 1,2,129-154, (2006).
- C9. Turhan, Gülden ve Cengiz Yılmaz, “Marka Yayma Stratejisinde Tutum Transferini Etkileyen Faktörler,” *ÖNERİ, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 7, 35-46, (2007).
- C10. Bulut, Çağrı, Cengiz Yılmaz ve Lütüfhak Alpkan (2009), “Pazar Oryantasyonu Boyutlarının Firma Performansına Etkileri,” *Ege Akademik Bakış / Ege Academic Review*, 9 (2) 2009: 513-538.
- C11. Bulut Çağrı, Lütüfhak Alpkan ve Cengiz Yılmaz (2009), “Stratejik Oryantasyonlar ve Firma Performansı İlişkisi: Literatür Gelişimi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma,” *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 10, 1, 1-34.
- C12. Alınacıık, Ümit, Cengiz Yılmaz ve Esra Alınacıık (2010), “Reklamlarda Çevreci İddialar ve Reklam Etkililiği” *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 1, 85-106.
- C 13. Yılmaz, Cengiz (2013), “Siyaset, Seçmenler ve Dijital Teknolojiler,” *Pİ: Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, Dijital İnsanı Anlamak, 03, 30-34.

Refereed Turkish-Language Conference Proceedings (*Ulusal Kongre/Konferanslarda Sunulan ve Kongre/Konferans Kitapçığında Yayınlanan Bildiriler*).

- D1. Yılmaz, Cengiz ve Halit Keskin, “Küçük ve Orta Boy Sanayi İşletmelerinde İşin Motivasyon Potansiyeli ve Çalışanların Örgütsel Bağlılığı: Kişisel İhtiyaç Seviyelerini Farklarını da Göz Önüne Alan Bir Saha Araştırması,” *9. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, İstanbul, 2001. **P**
- D2. Yılmaz, Cengiz ve Ebru Tumer Kabadayı, “Kobiler İçin Yapısal Çözüm Önerileri (I): Şebeke Tipi Örgütsel Yapılanmalar ve Kobiler arası İşbirliği,” *Çukurova Üniversitesi, Krizden Çıkışta Kobi’lerin Yeniden Yapılanması ve 2000’li Yıllar İçin Değişim Stratejileri Ulusal Kongresi*, Adana, 2000. **P**
- D3. Yılmaz, Cengiz ve Ercan Ergun, “Müşteri Odaklılık, Öğrenme Odaklılık ve Çevresel Belirsizlik: İşletme Performansı Üzerine Birlikte ve Etkileşimli Etkileri,” *8. Ulusal Pazarlama Kongresi*, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 2003. **P**
- D4. Yılmaz, Cengiz ve Emre Ceylan, “Değer Temelli ve Veri Tabanlı Müşteri Bölümlendirmesi:Türk Tüketicilerine Yönelik Bir Uygulama,” *9. Ulusal Pazarlama Kongresi*, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2004. **P**
- D5. Turhan, Gülden ve Cengiz Yılmaz, “Türk Tüketicileri İçin Tutumsal Marka Bağlılığının Belirleyicileri,” *Niğde Tekstil Sempozyumu*, Niğde Üniversitesi, 2008. **A**

- D6. Alınacak, Ümit ve Cengiz Yılmaz, “Değer Yargıları ve Tüketimde Çevreci Eğilimler”, 13. Ulusal Pazarlama Kongresi , 30 Ekim-1 Kasım 2008 Çukurova Üniversitesi, Adana, 2008. P
- D.7 Giray Caner, Cengiz Yılmaz, “Bir Tüketici Kitlesi Olarak Futbol Taraftarlarının Davranışsal Sadakat ve Saldırganlık Değişkenleri Açısından Analizi,” 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Nevşehir, 2008.
- D. 8 Volkan Doğan, Behçet Yalın Özkara, Cengiz Yılmaz ve Ömer Torlak (2014), “Katılım Düzeyi Seçenek Sayısının Veri Karakteristiği ve Veri Kalitesi Kapsamında İncelenmesi: Optimal Katılım Düzeyi Seçenek Sayısına İlişkin Bir Çıkarım” 19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gaziantep. (En İyi Bildiri Ödülü).

Service to Profession:

Member of Comitte at the Higher Education Council of Turkey for Redesigning Business Education in Turkey. *YÖK İşletme Eğitimi Gözden Geçirme ve Yeniden düzenleme Komisyonu Üyesi (2014)*

Editor (2013- ...): Journal of Marketing and Marketing Research (*Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*)

Ad Hoc Reviewer for: (*Hakemlik Hizmeti Verilen Bilimsel Dergiler*):

European Journal of Marketing (SSCI)
Journal of Business Research (SSCI)
Industrial Marketing Management (SSCI)
Innovation: Management, Policy & Practice (SSCI)
Journal of Risk Research (SSCI)
International Journal of Innovation Management
Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics
Tourism Management (Journal of)(SSCI)
İktisat İşletme ve Finans (SSCI)
Boğaziçi Journal
METU Studies in Development Journal
Yönetim Araştırmaları Dergisi
Ege Akademik Bakış/Ege Academic Review
Doğuş University Journal
Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi
Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi
OGÜ İİBF Dergisi
Ankara Üniversitesi SBF Dergisi

TÜBİTAK Sosyal Bilimler Araştırma Grubu Proje Değerlendirme Paneli Üyeliği ve Proje Hakemliği
Pazar ve Pazarlama Araştırmacıları Derneği Akademik Kurul Üyeliği
TÜBİTAK Sosyal Bilimler Araştırma Grubu Danışma Kurulu Üyeliği

WEB OF SCIENCE CITATIONS REPORT (Dec. 2019)

Results found: 27

Sum of the Times Cited [?]	: 619
Sum of Times Cited without self-citations [?]	: 608
Citing Articles [?]	: 594
Citing Articles without self-citations [?]	: 586
Average Citations per Item [?]	: 22.93
h-index [?]	: 14 (16)

GOOGLE SCHOLAR CITATIONS REPORT (Dec. 2019)

Cited byVIEW ALL

	All	Since 2013
<u>Citations</u>	3200	1736
<u>h-index</u>	26	22
<u>i10-index</u>	38	31