

## Doç. Dr. İLAYDA İPEK

### Kişisel Bilgiler

E-posta: ilayda.gungor@deu.edu.tr

Web: <https://avesis.deu.edu.tr/ilayda.gungor>

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: aVILZ\_sAAAAJ

ORCID: 0000-0001-7095-4078

Publons / Web Of Science ResearcherID: O-9527-2019

ScopusID: 57188699408

Yoksis Araştırmacı ID: 182069

### Eğitim Bilgileri

Post Doktora, University of Leicester, School of Business, İngiltere 2024 - 2024

Doktora, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İngilizce İşletme Yönetimi (Dr), Türkiye 2013 - 2017

Yüksek Lisans, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Türkiye 2011 - 2013

Lisans Çift Anadal, İzmir Ekonomi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Lojistik Yönetimi Pr., Türkiye 2008 - 2011

Lisans, İzmir Ekonomi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Pr., Türkiye 2006 - 2011

### Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

### Yaptığı Tezler

Doktora, Institutional and resource-based antecedents of export performance: The mediating role of export market orientation, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İngilizce İşletme Yönetimi (Dr), 2017

Yüksek Lisans, The antecedents of private label product purchasing intentions: an experimental analysis, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2013

### Araştırma Alanları

Pazarlama, İthalat-İhracat, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi

### Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İngilizce İşletme Bölümü, 2023 - Devam Ediyor

Araştırma Görevlisi Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İngilizce İşletme Bölümü, 2017 - 2023

Araştırma Görevlisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İngilizce İşletme Bölümü, 2017 - 2017

Araştırma Görevlisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013 - 2017

Araştırma Görevlisi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - 2013

## Akademik İdari Deneyim

Erasmus Programı Kurum Koordinatörü, Dokuz Eylül Üniversitesi, 2019 - 2022

## Verdiği Dersler

Strategic Marketing Management, Yüksek Lisans, 2023 - 2024  
Global Marketing Strategies, Lisans, 2021 - 2022  
Marketing Applications, Lisans, 2021 - 2022  
Regional Studies in Business: Americas, Lisans, 2021 - 2022  
Current Topics in Marketing, Lisans, 2021 - 2022  
Principles of Marketing, Lisans, 2021 - 2022  
Communication Skills, Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019  
Girişimcilik, Ön Lisans, 2020 - 2021

## SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **A Meta-Analysis on Entrepreneurial Orientation in the Export Context**  
Hızarcı Payne A. K., Bıçakcıoğlu Peynirci N., İpek İ.  
JOURNAL OF BUSINESS & INDUSTRIAL MARKETING, cilt.38, sa.5, ss.1163-1175, 2023 (SSCI)
- II. **A meta-analytic synthesis of how market and entrepreneurial orientation contribute to export performance: Do home country institutions matter?**  
İPEK İ., Bıçakcıoğlu-Peynirci N., Hızarcı A. K.  
INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT, cilt.108, ss.1-22, 2023 (SSCI)
- III. **TV series adaptations and their repercussions on consumers: insights from two complementary qualitative analyses**  
AYKOL B., İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N.  
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, cilt.38, sa.3-4, ss.183-218, 2022 (SSCI)
- IV. **Home country institutional drivers and performance outcomes of export market orientation: the moderating role of firm resources**  
İpek İ., Tanyeri M.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF EMERGING MARKETS, cilt.16, sa.4, ss.806-836, 2021 (SSCI)
- V. **The relevance of international marketing strategy to emerging-market exporting firms: from a systematic review towards a conceptual framework**  
İpek İ.  
INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, cilt.38, sa.2, ss.205-248, 2021 (SSCI)
- VI. **How environmental innovation influences firm performance: A meta-analytic review**  
Hızarcı Payne A. K., İpek İ., Kurt Gümüş G.  
BUSINESS STRATEGY AND THE ENVIRONMENT, cilt.30, sa.2, ss.1174-1190, 2021 (SSCI)
- VII. **Export market orientation: An integrative review and directions for future research**  
İpek İ., Bıçakcıoğlu Peynirci N.  
INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, cilt.29, sa.4, 2020 (SSCI)
- VIII. **Export market orientation and its consequences: a meta-analytic review and assessment of contextual and measurement moderators**  
Bıçakcıoğlu Peynirci N., İpek İ.  
JOURNAL OF BUSINESS & INDUSTRIAL MARKETING, cilt.35, sa.5, ss.939-954, 2020 (SSCI)
- IX. **Organizational learning in exporting: A bibliometric analysis and critical review of the empirical research**  
İpek İ.

- INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, cilt.28, sa.3, ss.544-559, 2019 (SSCI)
- X. **Flow within theatrical consumption: The relevance of authenticity**  
Aykol B., Aksatan Kaplanseren M., İpek İ.  
JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR, cilt.16, sa.3, ss.254-264, 2017 (SSCI)
- XI. **Private label usage and store loyalty: The moderating impact of shopping value**  
İpek İ., Askin N., İltter B.  
JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, cilt.31, ss.72-79, 2016 (SSCI)

## **Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler**

- I. **Antecedents of Private-Label Brand Purchase Intention: An Experimental Analysis**  
İpek İ., Yılmaz C.  
JOURNAL OF INTERNATIONAL CONSUMER MARKETING, cilt.34, sa.4, ss.435-449, 2022 (ESCI)
- II. **A Meta-Analytic Review on Antecedents of Green Product Purchase Intention: An Extended TPB Approach**  
İpek İ., Demirel B., İltter B., Kuruoğlu Kandemir E.  
Beykoz Akademi Dergisi, cilt.10, sa.1, ss.58-77, 2022 (Hakemli Dergi)
- III. **İhracat Pazar Yönelimi Boyutlarının İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Bir Meta-Analiz Çalışması**  
BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., İPEK İ.  
ESKİSEHİR OSMANGAZI UNIVERSİTESİ İIBF DERGİSİ-ESKİSEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.15, sa.3, ss.1043-1060, 2020 (ESCI)
- IV. **Algılanan Marka Otantikliği Ölçeğinin Türkçe Geçerlemesi**  
İPEK İ., DUMAN S., GENÇ F., KILIÇ B., DİKKAYA D.  
ODTÜ Gelişme Dergisi, cilt.47, sa.1, ss.61-81, 2020 (Hakemli Dergi)
- V. **Bilişsel-Yönlü Dürtme ile Üniversite Öğrencilerini Sağlıklı İçecek Tercih Etmeye Yöneltilme**  
İPEK İ., DUMAN S., AKDENİZ G., GÖKLEN M.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.13, sa.2, ss.359-378, 2020 (Hakemli Dergi)
- VI. **"Marka Aşkı"na Giden Yol "Marka Deneyimi"nden Geçiyor**  
İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N.  
EGİAD Yarım, sa.61, ss.72-75, 2019 (Hakemsiz Dergi)
- VII. **Antecedents and outcomes of brand love: the mediating role of brand loyalty**  
Bıçakcıoğlu N., İpek İ., Bayraktaroğlu G.  
Journal of Marketing Communications, cilt.24, sa.8, ss.863-877, 2018 (Scopus)
- VIII. **The Resource-Based View within the Export Context: An Integrative Review of Empirical Studies**  
İpek İ.  
Journal of Global Marketing, cilt.31, sa.3, ss.157-179, 2018 (Scopus)
- IX. **Impact of Islamic religiosity on materialistic values in Turkey**  
İltter B., Bayraktaroglu G., İpek İ.  
JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, cilt.8, sa.4, ss.533-557, 2017 (ESCI)
- X. **İnovasyon Faaliyetlerinde Kullanıcının Yeri ve Çevrimiçi Kullanıcı İnovasyon Araçları**  
İltter B., Atrek B., İpek İ.  
Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.23, sa.1, ss.35-56, 2016 (Hakemli Dergi)
- XI. **The Mediating Role of Brand Love on the Relationship between Brand Experience and Brand Loyalty**  
Askin N., İpek İ.  
EGE ACADEMIC REVIEW, cilt.16, sa.1, ss.79-94, 2016 (ESCI)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

**I. Meta-Analysis: Deconstructing Marketing Knowledge**

İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N.

Handbook of Research Methods for Marketing Management, Nunkoo Robin, Teeroovengadam Viraiyan, Ringle Christian M., Editör, Edward Elgar , ss.128-144, 2021

**II. Authenticity as a Contributor to Satisfaction with Arts Events: The Moderating Role of Involvement**

AYKOL B., AKSATAN M., İPEK İ.

Atmospheric Turn in Culture and Tourism: Place, Design and Process Impacts on Customer Behaviour, Marketing and Branding (Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 16), Volgger Michael, Pfister Dieter, Editör, Emerald Publishing Limited, Bingley, ss.259-275, 2020

**III. Understanding Consumer Behavior in Technology-Mediated Spaces**

İpek İ.

Digital Transformation in Business and Society: Theory and Cases, George Babu,Paul Justin, Editör, Palgrave Macmillan, Cham, Zürich, ss.169-189, 2020

**IV. 12. Sorumlu Tüketim ve Üretim**

İPEK İ., HIZARCI PAYNE A. K.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile Kurumsal Dönüşüm, Madran Canan, Tanyeri Mustafa, Editör, Akademisyen Yayınevi, Ankara, ss.279-297, 2020

## **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

**I. Green Business Strategies of MNEs: A Thematic, Theoretical, and Empirical Assessment**

İpek İ.

50. Academy of International Business UK & Ireland Chapter Conference, Birmingham, İngiltere, 3 - 06 Nisan 2024

**II. İhracat Girişimcilik Yönelimi ve Sonuçları: Bir Meta-Analitik Derleme**

HIZARCI PAYNE A. K., BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., İPEK İ.

PPAD 25. Pazarlama Kongresi, Ankara, Türkiye, 30 Haziran 2021

**III. Examining the Differences in the Relationships of the Private Label Brand Equity Dimensions across Brands and Cultures**

GIRARD T., PINAR M., İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., GÜLSOY T. Y.

2020 American Marketing Association (AMA) Summer Virtual Academic Conference, Virtual, Amerika Birleşik Devletleri, 18 - 20 Ağustos 2020, cilt.31, ss.779-782

**IV. Empirical Research on Export Market Orientation: A Systematic Review and Future Directions**

İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU N.

Academy of International Business (AIB) 2019 Annual Meeting, Kopenhag, Danimarka, 24 - 27 Haziran 2019

**V. Export Market Orientation and Its Consequences: A Meta-Analytic Review**

BIÇAKCIOĞLU N., İPEK İ.

28. Annual CIMaR Conference Consortium for International Marketing Research, Ankara, Türkiye, 17 - 20 Haziran 2019, ss.131-153

**VI. Export Market Orientation: An Integrative Review of the Empirical Research**

İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU N.

European Marketing Academy 48. Annual Conference, Hamburg, Almanya, 28 - 31 Mayıs 2019

**VII. İhracat Pazar Yönelimi Boyutları ve İhracat Performansı: Bir Meta-Analitik Araştırma**

BIÇAKCIOĞLU N., İPEK İ.

24. PPAD Pazarlama Kongresi, Aydın, Türkiye, 1 - 04 Mayıs 2019, ss.844-852

**VIII. Antecedents of Export Performance: The Role of Institutional and Resource-Based Factors**

İPEK İ., TANYERİ M.

21. Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Porto, Portekiz, 27 - 29 Haziran 2018, ss.767-768

**IX. TV Series Adaptations and Their Repercussions on Consumers: A Qualitative Analysis**

Aykol B., İpek İ., Biçakcıoğlu N.

AMA Global Marketing SIG Conference (2018), Zakynthos, Yunanistan, 21 - 23 Mayıs 2018

- X. **Organizational Learning and Exporting: Conceptual Issues and Future Directions**  
İPEK İ.  
17. Uluslararası Katılımlı İşletmecilik Kongresi, İzmir, Türkiye, 26 - 28 Nisan 2018, ss.989-994
- XI. **How Does Authenticity Influence The Tourist Flow State? An Empirical Study within a Heritage Visit Context**  
AYKOL B., AKSATAN M., SEL Z. G., İPEK İ.  
22. Pazarlama Kongresi, Trabzon, Türkiye, 28 - 30 Eylül 2017, ss.237-241
- XII. **Measuring Consumer-Based Brand Equity for Private-Label Brands: Cross-Country Comparisons**  
GIRARD T., TRAPP P., İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU N., PİNAR M.  
2017 Summer American Marketing Association (AMA) Conference, San-Francisco, Kostarika, 4 - 06 Ağustos 2017, cilt.28, ss.30-31
- XIII. **The Resource-Based View in the Context of Exporting: A Literature Review and Suggestions for Further Research**  
İPEK İ.  
European Marketing Academy 46. Annual Conference, Groningen, Hollanda, 23 - 26 Mayıs 2017
- XIV. **Tüketici Temelli Marka Değeri: Özel Markalı Ürünler Üzerine Bir Araştırma**  
BIÇAKCIOĞLU N., İPEK İ., PİNAR M., TRAPP P.  
16. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Aydın, Türkiye, 4 - 06 Mayıs 2017, ss.523-528
- XV. **İhracat Bağlamında Kaynak Temelli Yaklaşım Üzerine Bir Derleme Çalışması**  
İPEK İ.  
16. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Aydın, Türkiye, 4 - 06 Mayıs 2017, ss.221-225
- XVI. **Examining Purchase Shares of Private-Label Brands and Consumer Demographics: A Study in the United States and Turkey**  
PİNAR M., GIRARD T., BIÇAKCIOĞLU N., İPEK İ., TRAPP P.  
Association of Marketing Theory and Practice (AMTP) 2017, South Carolina, Myrtle Beach, Amerika Birleşik Devletleri, 23 - 25 Mart 2017
- XVII. **Deneyimsel Bir Ürünün Kültürel Uyarlaması: Türkiye'deki Amerikan Televizyon Dizileri Üzerine Bir Vaka Çalışması**  
AYKOL B., İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU N.  
21. Pazarlama Kongresi, Kütahya, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2016
- XVIII. **Özel Markalı Ürünlerin Tüketici Temelli Marka Değeri İki Ülkede Ampirik Bir Karşılaştırma**  
GIRARD T., PİNAR M., İPEK İ., AŞKIN N.  
21. Pazarlama Kongresi, Kütahya, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2016, cilt.1, ss.216-222
- XIX. **Kültürel Miras Alanı Ziyaretinde Kaçış Ziyaretçilerin Eğitim ve Kaçış Deneyimlerinin Etkileri**  
Aykol B., Aksatan M., Sel Z. G., İpek İ.  
21. Pazarlama Kongresi, Kütahya, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2016, cilt.2, ss.493-497
- XX. **Education but not familiarity enhances flow in heritage attraction Results from a study in Ephesus**  
Aykol B., Aksatan M., Sel Z. G., İpek İ.  
6th International Conference on Tourism Management and Tourism Related Issues, Krakow, Polonya, 22 - 23 Eylül 2016
- XXI. **Audience in Flow The Role of Authenticity**  
Aykol B., Aksatan M., İpek İ.  
19th AMS World Marketing Congress, Paris, Fransa, 19 - 23 Temmuz 2016, ss.519-524
- XXII. **Adaptation from an advanced economy to an emerging market The case of American TV series in Turkey**  
Aykol B., İpek İ., Biçakcioğlu N.  
EMAC 2016, Oslo, Norveç, 24 - 27 Mayıs 2016, ss.75
- XXIII. **Understanding Brand Love Antecedents and Consequences**  
AŞKIN N., İPEK İ., BAYRAKTAROĞLU A. G.  
European Marketing Academy 45. Annual Conference, Oslo, Norveç, 24 - 27 Mayıs 2016
- XXIV. **Alışveriş Değerinin Özel Markalı Ürün Kullanımı ile Mağaza Sadakati Arasındaki İlişki Üzerindeki**

### **Moderatör Etkisi**

İPEK İ., AŞKIN N., İLTER B.

20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, ss.683-695

XXV. **Marka Aşkınını Marka Deneyimi ile Marka Sadakati Arasındaki İlişkiye Aracılık Etkisi**

AŞKIN N., İPEK İ.

19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gaziantep, Türkiye, 18 - 22 Haziran 2014, ss.503-507

XXVI. **Analyzing Media's Reflection of Toyota's Trust Repair Efforts Using Image Restoration Theory**

WASTI PAMUKSUZ S. N., BİLİCİLER G., İPEK İ., TANRIVERDİ E. Y.

First International Network on Trust 7th Biennial Workshop, Singapur, 21 - 23 Kasım 2013

XXVII. **Media Reflection of Toyotas Trust Repair Activities: A Crisis Communication Approach**

WASTI PAMUKSUZ S. N., BİLİCİLER G., İPEK İ., TANRIVERDİ E. Y.

The Association of Japanese Business Studies 26th Annual Conference, İstanbul, Türkiye, 2 - 03 Temmuz 2013

### **Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler**

INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, Editörler Kurulu Üyesi, 2024 - Devam Ediyor

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Editörler Kurulu Üyesi, 2021 - Devam Ediyor

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Yardımcı Editör/Bölüm Editörü, 2021 - Devam Ediyor

### **Bilimsel Kuruluşlardaki Üyelikler / Görevler**

Academy of International Business, Üye, 2024 - Devam Ediyor , Amerika Birleşik Devletleri

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği, Üye, 2019 - 2021, Türkiye

The European Marketing Academy, Üye, 2016 - 2020, Belçika

Academy of Marketing Science, Üye, 2018 - 2019, Amerika Birleşik Devletleri

Academy of International Business, Üye, 2017 - 2018, Amerika Birleşik Devletleri

### **Bilimsel Hakemlikler**

INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Eylül 2024

JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION, SCI-E Kapsamındaki Dergi, Ağustos 2024

INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ağustos 2024

INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Temmuz 2024

JOURNAL OF INTERNATIONAL MANAGEMENT, SSCI Kapsamındaki Dergi, Haziran 2024

27. Pazarlama Kongresi, Bildiri (Tam Metin), Nisan 2024

EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mart 2024

50th AIB UK & Ireland Chapter Conference 2024, Bildiri (Özet), Şubat 2024

50th AIB UK & Ireland Chapter Conference 2024, Bildiri (Tam Metin), Şubat 2024

INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2024

INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2024

INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ekim 2023

BRITISH JOURNAL OF MANAGEMENT, SSCI Kapsamındaki Dergi, Eylül 2023

EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ağustos 2023

EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mayıs 2022

JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, SSCI Kapsamındaki Dergi, Eylül 2021

INTERNATIONAL JOURNAL OF EMERGING MARKETS, SSCI Kapsamındaki Dergi, Eylül 2021

JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, SSCI Kapsamındaki Dergi, Haziran 2021

JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, SSCI Kapsamındaki Dergi, Nisan 2021

JOURNAL OF INTERNATIONAL MANAGEMENT, SSCI Kapsamındaki Dergi, Nisan 2021  
Industry 4.0 and Global Businesses: A Multidisciplinary Investigation, Tanınmış Yayınevleri tarafından basılan bilimsel/mesleki kitapta bölüm, Mart 2021  
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mart 2021  
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2021  
INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Kasım 2020  
INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES, SSCI Kapsamındaki Dergi, Eylül 2020  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Eylül 2020  
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, SSCI Kapsamındaki Dergi, Temmuz 2020  
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Mart 2020  
INTERNATIONAL JOURNAL OF EMERGING MARKETS, SSCI Kapsamındaki Dergi, Şubat 2020  
SERVICE INDUSTRIES JOURNAL, SSCI Kapsamındaki Dergi, Nisan 2019  
Academy of International Business (AIB) 2019 Conference Annual Meeting, Bildiri (Tam Metin), Aralık 2018  
Academy of International Business (AIB) 2019 Conference Annual Meeting, Bildiri (Tam Metin), Aralık 2018  
EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ekim 2018  
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Ekim 2018  
International Journal of Electronic Marketing and Retailing, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mayıs 2018  
International Journal of Electronic Marketing and Retailing, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Nisan 2018  
Business and Management Studies: An International Journal, Hakemli Bilimsel Dergi, Aralık 2017  
International Journal of Electronic Marketing and Retailing, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mart 2017  
EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, SSCI Kapsamındaki Dergi, Aralık 2016  
International Journal of Electronic Marketing and Retailing, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Kasım 2016  
International Journal of Electronic Marketing and Retailing, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mayıs 2016

## **Metrikler**

Yayın: 53  
Atıf (WoS): 249  
Atıf (Scopus): 434  
H-İndeks (WoS): 11  
H-İndeks (Scopus): 12

## **Burslar**

2219 - Yurt Dışı Doktora Sonrası Araştırma Bursu, TÜBİTAK, 2024 - 2024  
2211-E Doğrudan Yurt İçi Doktora Burs Programı, TÜBİTAK, 2013 - 2017  
2228-A Son Sınıf Lisans Öğrencileri için Lisansüstü (Yüksek Lisans/Doktora) Burs Programı, TÜBİTAK, 2011 - 2013