

Arş. Gör. NİLAY BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ

Kişisel Bilgiler

E-posta: nilay.bicakcioglu@deu.edu.tr

Web: <https://avesis.deu.edu.tr/nilay.bicakcioglu>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-7705-3827

Yoksis Araştırmacı ID: 187865

Eğitim Bilgileri

Doktora, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İngilizce İşletme Yönetimi (Dr), Türkiye 2014 - 2018

Yüksek Lisans, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İngilizce İşletme Yönetimi (YL) (Tezli), Türkiye 2012 - 2014

Lisans, Ege Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2008 - 2012

Yaptığı Tezler

Doktora, Stakeholder and resource-based antecedents and export performance outcomes of green business strategy,

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İngilizce İşletme Yönetimi (Dr), 2018

Yüksek Lisans, The interrelation between internal and external factors, adaptation strategies and export performance in international marketing: An application on clothing industry, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İngilizce İşletme Yönetimi (YL) (Tezli), 2014

Akademik Unvanlar / Görevler

Araştırma Görevlisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü, 2012 - Devam Ediyor

Akademik İdari Deneyim

Dokuz Eylül Üniversitesi, 2020 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

Lisans

IBS 3005 Export and Import Operations Management, Lisans, 2020 - 2021

FBA 1401 Communication Skills, Lisans, 2020 - 2021, 2018 - 2019

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayımlanan Makaleler

1. Unbundling the Effects of Internationalization on Firm Performance in Emerging Economies: The

Moderating Effects of Strategic Resource Decisions

BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., Morgan R. E.

JOURNAL OF INTERNATIONAL MARKETING, cilt.30, sa.1, ss.55-74, 2022 (SSCI)

- II. **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)
- III. **Stakeholder and resource-based antecedents and performance outcomes of green export business strategy: insights from an emerging economy**
BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., TANYERİ M.
INTERNATIONAL JOURNAL OF EMERGING MARKETS, cilt.17, sa.1, ss.1-46, 2022 (SSCI)
- IV. **The changing determinants of tourists' repurchase intention: the case of short-term rentals during the COVID-19 pandemic**
Braje I. N., Pechurina A., BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., Miguel C., Alonso-Almeida M. d. M., Giglio C.
INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT, cilt.34, sa.1, ss.159-183, 2022 (SSCI)
- V. **Innovation and export performance: a meta-analytic review and theoretical integration**
BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., HIZARCI PAYNE A. K., ÖZGEN Ö., Madran C.
EUROPEAN JOURNAL OF INNOVATION MANAGEMENT, cilt.23, sa.5, ss.789-812, 2020 (SSCI)
- VI. **Export market orientation: An integrative review and directions for future research**
İpek İ., Biçakcioğlu Peynirci N.
INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, cilt.29, sa.4, 2020 (SSCI)
- VII. **Export market orientation and its consequences: a meta-analytic review and assessment of contextual and measurement moderators**
Biçakcioğlu Peynirci N., İpek İ.
JOURNAL OF BUSINESS & INDUSTRIAL MARKETING, cilt.35, sa.5, ss.939-954, 2020 (SSCI)
- VIII. **Green business strategy and export performance An examination of boundary conditions from an emerging economy**
BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., Theoharakis V., TANYERİ M.
INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, cilt.37, sa.1, ss.56-75, 2019 (SSCI)
- IX. **Understanding and perceptions of climate change: a perspective of university stakeholders**
Demirel B., Biçakcioğlu Peynirci N., Duman S., Madran C., Arbak Y., Sumer B., Özkul S., Baran T., Onuşluel Gül G., Fıstıkoğlu O., et al.
INTERNATIONAL JOURNAL OF GLOBAL WARMING, cilt.18, ss.385-400, 2019 (SCI-Expanded)
- X. **Brand jealousy and willingness to pay premium: The mediating role of materialism**
BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., Ogel I. Y., İLTER B.
JOURNAL OF BRAND MANAGEMENT, cilt.24, sa.1, ss.33-48, 2017 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **İhracat Pazar Yönelimi Boyutlarının İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Bir Meta-Analiz Çalışması**
BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., İPEK İ.
ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSİTESİ İIBF DERGİSİ-ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.15, sa.3, ss.1043-1060, 2020 (ESCI)
- II. **The Influence of the Dimensions of Export Market Orientation on Export Performance: A Meta-Analysis Study**
BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N., İPEK İ.
ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSİTESİ İIBF DERGİSİ-ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.15, sa.3, ss.1043-1060, 2020 (ESCI)
- III. **A network perspective of international entrepreneurship within small and medium-sized firms: A**

review and research agenda

BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N.

Odtü Gelişme Dergisi, cilt.47, sa.2, ss.125-161, 2020 (Hakemli Dergi)

IV. EXPLORING THE COLLABORATIVE CONSUMPTION JOURNEY: THE CASE OF ACCESS-BASED CONSUMPTION

ÖZGEN Ö., BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N.

ADVANCES IN HOSPITALITY AND TOURISM RESEARCH-AHTR, cilt.8, sa.2, ss.256-287, 2020 (ESCI)

V. "Marka Aşkı"na Giden Yol "Marka Deneyimi"nden Geçiyor

İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU PEYNİRCİ N.

EGİAD Yarın, sa.61, ss.72-75, 2019 (Hakemsiz Dergi)

VI. How Brand Jealousy Influences the Relationship between Brand Attachment and Word of Mouth Communication

İLTER B., AŞKIN N., YARAN ÖGEL İ.

Acta Universitatis Danabius. Communicato, cilt.20, sa.1, 2016 (Hakemli Dergi)

VII. The Role of Psychic Distance on Internationalization Process of SMEs in Turkey

BAKAR S., BIÇAKCIOĞLU N., ÖZGEN Ö.

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI NEGOTIA, cilt.59, sa.1, ss.55-72, 2014 (Hakemli Dergi)

Kitaplar

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

Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler

I. Examining the Consumer Purchase Shares of PLBs Across Cultures: A Comparison of the U.S. and Turkish PLBs

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

46th Annual Atlantic Marketing Association Conference, Chattanooga, Amerika Birleşik Devletleri, 30 Eylül 2021, (Özet Bildiri)

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, (Tam Metin Bildiri)

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, (Özet Bildiri)

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, (Tam Metin Bildiri)

V. Antecedents and Consequences of Green Export Business Strategies: The Mediating Role of Organizational Resources and Capabilities

BIÇAKCIOĞLU N., TANYERİ M.

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

- VI. **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, (Tam Metin Bildiri)
- VII. **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, (Özet Bildiri)
- VIII. **Export venture sustainability strategies: an examination of its knowledge-based drivers, boundary conditions and performance consequences**
Nwoba A. C., BIÇAKCIOĞLU N.
AMA Global Marketing SIG, Buenos Aires, Arjantin, 20 - 23 Mayıs 2019, (Tam Metin Bildiri)
- IX. **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, (Özet Bildiri)
- X. **Innovation and Export Performance: A Meta-Analysis of the Empirical Evidence**
BIÇAKCIOĞLU N., HIZARCI A. K., ÖZGEN Ö., MADRAN C.
9th European Marketing Academy Conference (EMAC) Regional Conference, PRAG, Çek Cumhuriyeti, 12 - 14 Eylül 2018, (Tam Metin Bildiri)
- XI. **Understanding and Perceptions of Climate Change: A Perspective of University Stakeholders**
DEMİREL B., DUMAN S., BIÇAKCIOĞLU N., MADRAN C., ARBAK Y., SÜMER B., ÖZKUL S., BARAN T., ONUŞLUEL GÜL G., FISTIKOĞLU O., et al.
7th Global Conference on Global Warming, İzmir, Türkiye, 24 - 26 Haziran 2018, ss.157-161, (Tam Metin Bildiri)
- XII. **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, (Yayınlanmadı)
- XIII. **Exploring Green Business Strategies within Exporting context: Drivers, Processes and Consequences**
BIÇAKCIOĞLU N.
AMA Global Marketing SIG Conference (2018), Santorini, Yunanistan, 21 - 23 Mayıs 2018, (Tam Metin Bildiri)
- XIV. **Yeşil İşletme Stratejilerine Etki Eden Faktörlerin İhracat Bağlamında İncelenmesi: Keşifsel Bir Yaklaşım**
BIÇAKCIOĞLU N.
22. Pazarlama Kongresi, Trabzon, Türkiye, 28 - 30 Eylül 2017, (Özet Bildiri)
- XV. **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, (Özet Bildiri)
- XVI. **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, (Özet Bildiri)
- XVII. **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, (Özet Bildiri)
- XVIII. **Deneyimsel Bir Ürünün Kültürel Uyarlaması: Türkiye'xxdeki Amerikan Televizyon Dizileri Üzerine Bir Vaka Çalışması**
AYKOL B., İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU N.
21. Pazarlama Kongresi, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2016
- XIX. **Deneyimsel Bir Ürünün Kültürel Uyarlaması Türkiye deki Amerikan Televizyon Dizileri Üzerine Bir Vaka Çalışması**
Aykol B., İpek İ., Aşkın N.

21. Pazarlama Kongresi, Kütahya, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2016, cilt.2, ss.554-557, (Özet Bildiri)
- XX. **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, (Özet Bildiri)
- XXI. **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, (Özet Bildiri)
- XXII. **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, (Özet Bildiri)
- XXIII. **Adaptation from an advanced economy to an emerging market The case of American TV series in Turkey**
Aykol B., İpek İ., Bıçakcıoğlu N.
EMAC 2016, Oslo, Norveç, 24 - 27 Mayıs 2016, ss.75, (Tam Metin Bildiri)
- 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, (Tam Metin Bildiri)
- XXV. **Alışveriş değerinin özel markalı ürün kullanımı ile mağaza sadakati arasındaki ilişki üzerine moderatör etkisi**
İPEK İ., BIÇAKCIOĞLU N., İLTER B.
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Türkiye, 1 - 05 Haziran 2015, (Tam Metin Bildiri)
- XXVI. **Assessing Entrepreneurial Potential of Individuals Using Principal Component Analysis**
ERDEM S., BIÇAKCIOĞLU N., ÇAĞLIYANGİL M.
20th Conference of the International Federation Operational Research Societies (IFORS), Barcelona, İspanya, 13 - 18 Temmuz 2014, (Özet Bildiri)
- XXVII. **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, (Özet Bildiri)
- XXVIII. **The Role of Psychic Distance on Internationalization Process of SMEs in Turkey**
BAKAR S., BIÇAKCIOĞLU N., ÖZGEN Ö.
6th Small and Medium Sized Enterprises in a Globalized World, Cluj-Napoca, Romanya, 25 - 28 Eylül 2013, (Tam Metin Bildiri)

Metrikler

Yayın: 47

Atıf (WoS): 150

Atıf (Scopus): 129

H-İndeks (WoS): 7

H-İndeks (Scopus): 6