

Prof. Dr. BEYZA ÖZYİĞİT GÜLTEKİN

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 312 297 8700](tel:+903122978700)

E-posta: beyza@hacettepe.edu.tr

Web: <https://avesis.hacettepe.edu.tr/beyza>

Posta Adresi: Hacettepe Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü 06800 Beytepe Çankaya Ankara

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: eSURHXUAAAAJ

ORCID: 0000-0002-6797-864X

Publons / Web Of Science ResearcherID: I-8467-2013

ScopusID: 56454114500

Yoksis Araştırmacı ID: 169291

Eğitim Bilgileri

Doktora, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Türkiye 2004 - 2010

Yüksek Lisans, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilimdalı) (Pazarlama Bilimdalı), Türkiye 2001 - 2004

Lisans, Hacettepe Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Türkiye 1995 - 2000

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

Doktora, Faydacı-hedonik güdüler, göz atma ve marka bilinirliğinin anlık alışverişe etkisine ilişkin bir model önerisi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2010

Yüksek Lisans, Mağaza imajının mağaza markalı ürünlerin algılanan kalitesine etkisi üzerine hipermarketlerde bir uygulama, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (YI) (Tezli), 2004

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2016 - Devam Ediyor

Yrd. Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - Devam Ediyor

Öğretim Görevlisi Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2010 - 2013

Araştırma Görevlisi, Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2001 - 2010

Akademik İdari Deneyim

İşletme Bölümü Yan Dal Koordinatörü, Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2015 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

Müşteri İlişkileri Yönetimi, Yüksek Lisans, 2023 - 2024
International Economics and Business, Lisans, 2021 - 2022
Retail Marketing Management, Lisans, 2021 - 2022
Perakende Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2021 - 2022
Dağıtım Kanalları, Doktora, 2021 - 2022
Marketing Management, Lisans, 2021 - 2022

Yönetilen Tezler

Özyiğit Gültekin B., Planlanmış Davranış Teorisinin Çevresel Kaygı, Fiyat Duyarlılığı ve Para Sevgisi Değişkenleri ile Genişletilmesi: Sürdürülebilir Giyim Ürünlerine İlişkin Bir Uygulama, Yüksek Lisans, N.DİKMEN(Öğrenci), 2023
Gültekin B., Mağaza markalı ürünleri satın alma niyetinin marka ismine verilen önem, algılanan marka benzerliği ve algılanan kalite çerçevesinde incelenmesi, Yüksek Lisans, İ.YILDIRIM(Öğrenci), 2022
Gültekin B., Hizmet hataları sonrasındaki firmayı suçlama düzeyi, müşteri tatminsizlik düzeyi ve müşteri tepkilerine ilişkin bir uygulama, Yüksek Lisans, A.YAZGÜLÜ(Öğrenci), 2020
Gültekin B., Marka krizi çerçevesinde çevre bilinci, marka güveni, marka duygusu, olumsuz bilgiye karşı direnç ve tekrar satın alma niyetinin incelenmesi, Yüksek Lisans, S.İHSAN(Öğrenci), 2019
Gültekin B., Gıda Kalitesi, Sağlık Bilinci ve Fiyat Duyarlılığının Fast-Food Satın Alma Niyetine Etkisi: Türkiye ve Kanada'xdaki Tüketicilerin Karşılaştırılması, Yüksek Lisans, F.Mumuluh(Öğrenci), 2018
GÜLTEKİN B., Marka genişletme stratejisi çerçevesinde mağaza imajı algılanan uyum ve algılanan kalitenin incelenmesi, Yüksek Lisans, M.KUTLU(Öğrenci), 2017
GÜLTEKİN B., Marka sevgisinin marka güveni, olumsuz bilgiye karşı direnç ve tekrar satın alma niyeti çerçevesinde incelenmesi, Yüksek Lisans, M.ÜLKÜ(Öğrenci), 2014
GÜLTEKİN B., Yöre dışı alışverişin tüketiciler açısından incelenmesi: Kentsel yöre dışı alışverişe yönelik bir uygulama, Yüksek Lisans, N.NUR(Öğrenci), 2014
GÜLTEKİN B., Ürün yerleştirmeye yönelik tutum ve yerleştirilen ürünlere yönelik davranışların sosyalleşme araçları ile açıklanması, Yüksek Lisans, Ö.EROL(Öğrenci), 2012

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- The Mediating Role of COVID-19 Risk Perception in the Relationship between Sports Club Innovativeness and Trust: A Case Study of Martial Arts Clubs**
Yagiz K., ÖZYİĞİT GÜLTEKİN B., ÖZER L.
REVISTA DE PSICOLOGIA DEL DEPORTE, sa.3, ss.166-174, 2024 (SSCI)
- The logistics service providers during the COVID-19 pandemic: The prominence and the cause-effect structure of uncertainties and risks**
GÜLTEKİN B., Demir S., Gunduz M. A., CURA F., ÖZER L.
COMPUTERS & INDUSTRIAL ENGINEERING, cilt.165, 2022 (SCI-Expanded)
- INFLUENCE OF THE LOVE OF MONEY AND MORALITY ON INTENTION TO PURCHASE COUNTERFEIT APPAREL**
GÜLTEKİN B.
SOCIAL BEHAVIOR AND PERSONALITY, cilt.46, sa.9, ss.1421-1436, 2018 (SSCI)
- Pre- and post-purchase stage in impulse buying: The role of mood and satisfaction**

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Examining Fitness Centre Members' Perceived Risk, Attitude, and Behavioural Intentions in the Context of Brand Equity during the COVID-19 Pandemic**
Özyiğit Gültekin B., Yagiz K., Senturk-Ozer L.
SOSYOEKONOMI, cilt.32, sa.60, ss.133-157, 2024 (ESCI)
- II. **Üniversite Öğrencilerinin Sağlık Bilinci Çerçevesinde Fiyat Duyarlılığı, Algılanan Gıda Kalitesi ve Fast Food Satın Alma Niyeti**
GÜLTEKİN B., VEUPHUTEH F. M.
OPUS Toplum Araştırmaları Dergisi, cilt.20, sa.52, ss.317-334, 2023 (Hakemli Dergi)
- III. **PANDEMİ DÖNEMİNDE LOJİSTİK DAYANIKLILIKTA TEKNOLOJİNİN ROLÜNE İLİŞKİN BİR LİTERATÜR TARAMASI**
Gültekin B., Gündüz M. A., Cura F., Demir S., Özer L.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, cilt.58, sa.4, ss.2980-3015, 2023 (Hakemli Dergi)
- IV. **MAĞAZA MARKALI ÜRÜNLERİ SATIN ALMA NİYETİNİN MARKA BAĞIMLILIĞI, MARKA BENZERLİĞİ VE ALGILANAN KALİTE ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ**
GÜLTEKİN B., YILDIRIM İ.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.15, sa.2, ss.564-592, 2022 (Hakemli Dergi)
- V. **Repurchasing an Environmental Related Crisis Experienced Automobile Brand: An Examination in the Context of Environmental Consciousness, Brand Trust, Brand Affect, and Resistance to Negative Information**
Gültekin B., Kılıç S. İ.
SOSYOEKONOMI, cilt.30, sa.51, ss.241-260, 2022 (ESCI)
- VI. **Customer Dissatisfaction and Responses: Moderator Roles of Blame Attribution and Negative Word of Mouth**
Gültekin B., Güvercin A. Y.
SOSYOEKONOMI, cilt.30, sa.53, ss.209-225, 2022 (Hakemli Dergi)
- VII. **An Evaluation of Retail Brand Extension in the Context of Store Atmosphere, Perceived Quality of Parent and Extended Brands, and Perceived Fit**
GÜLTEKİN B., Sarac M. K.
SOSYOEKONOMI, cilt.29, sa.48, ss.145-160, 2021 (ESCI)
- VIII. **Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyeti**
Özer L., Kement Ü., Gültekin B.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.33, sa.4, ss.59-85, 2015 (Hakemli Dergi)
- IX. **Yöre Dışı Alışverişin Tüketiciler Açısından İncelenmesi**
Uz N. N., Gültekin B.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.7, sa.1, ss.41-85, 2015 (Hakemli Dergi)
- X. **The Critical Role of Brand Love in Clothing Brands**
TURGUT M. Ü., GÜLTEKİN B.
Journal of Business, Economics & Finance, cilt.4, sa.1, ss.126-152, 2015 (Hakemli Dergi)
- XI. **Türkçe ve Yabancı Dilde Marka İsmi Kullanılmasının Algılanan Kalite ve Satın Alma İsteğine Etkisi**
Özer L., Gültekin B., Aydın S.
SOSYOEKONOMI, cilt.24, sa.24, ss.131-142, 2015 (Hakemli Dergi)
- XII. **Ergenlerin Ürün Yerleştirmeye Yönelik Tutum ve Yerleştirilen Ürünlere Yönelik Davranışların Sosyalleşme Araçları ile Açıklanması**
GÜLTEKİN B., EROL Ö.

- Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.32, sa.1, ss.113-141, 2014 (Hakemli Dergi)
- XIII. **The Role of Brand Loyalty Customer and Brand Related Cues in the Gas Station Industry in Turkey**
GÜLTEKİN B., TURGUT M. Ü.
International Journal of Arts and Commerce, cilt.2, sa.11, ss.29-40, 2013 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Bankacılık Sektöründe Müşteri Değerinin Marka Algıları ve Müşteri Sadakati Çerçevesinde İncelenmesi**
Özer L., Burul B. G., Gültekin B.
SOSYOEKONOMI, cilt.19, sa.19, ss.295-313, 2013 (Hakemli Dergi)
- XV. **Location Orientation of Organic Stores in Low Demand Areas A Case Study of a Niche Market**
GÜLTEKİN B., DE JUAN VIGARAY M. D., ESPINOSA SEQUI A.
Information Management and Business Review, cilt.5, sa.1, ss.20-27, 2013 (Hakemli Dergi)
- XVI. **The Influence of Hedonic Motives and Browsing on Impulse Buying**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
Journal of Economics and Behavioral Studies, cilt.4, sa.3, ss.180-189, 2012 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Store image s influence on perceived quality of store brands and store brand purchasing behavior**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
Mediterranean Journal of Social Sciences, cilt.3, sa.6, ss.189, 2012 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Tüketici Bakış Açısından Mağaza İmajı Boyutlarının Belirlenmesi**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.88-116, 2005 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **E-Ticarete Güvenlik, Etik ve Yasal Konular**
Özyiğit Gültekin B.
Elektronik Ticarete Giriş, Dilber Ulaş, Editör, Ankara Üniversitesi, Ankara, ss.216-242, 2023
- II. **The Past, Present, and Future of E-Business Models**
Gültekin B.
Impact of Digital Transformation on the Development of New Business Models and Consumer Experience, Maria Antónia Rodrigues, João F. Proença, Editör, IGI Global, Pennsylvania, ss.37-56, 2022
- III. **Faydacı ve Hedonik Alışveriş Gündüleri**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
İşletme Araştırmaları: Prof Dr. Hasan Işın Dener Anısına, Dr. Öğretim Üy. Onur Koyuncu, Editör, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara, ss.415-449, 2022
- IV. **Faydacı ve Hedonik Alışveriş Gündüleri**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
İşletme Araştırmaları, Dr. Onur Koyuncu, Editör, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara, ss.415-449, 2022
- V. **Omni-Channel Strategy in the Framework of the Search Engines**
GÜLTEKİN B., ERDEM S.
Managing Customer Experiences in an Omnichannel World: Melody of Online and Offline Environments in the Customer Journey, Taşkın Dirsehan, Editör, Emerald Publishing, ss.211-232, 2021
- VI. **Marka Sadakati**
Gültekin B.
Marka Yönetimi, Prof. Dr. Sezer Korkmaz, Editör, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Erzurum, ss.100-120, 2020
- VII. **Müşteri İlişkileri Yönetimi**
GÜLTEKİN B., KEMENT Ü.
Nobel Akademik, Ankara, 2018
- VIII. **Bölüm 7. Uluslararası Teslim Şekilleri**
GÜLTEKİN B.

Adım Adım Dış Ticaret, İbrahim Halil Ekşi, Editör, Nobel, Ankara, ss.121-132, 2017

- IX. **Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Analizi.**
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.
Türkiyede Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi (1955-2015), Babacan, Muazzez, Editör, Beta, İstanbul, ss.275-296, 2016
- X. **Chapter 18: Retail merchandising and sales promotions**
DE JUAN VIGARAY M., GÜLTEKİN B.
The Global Business Handbook The Eight Dimensions of International Management, Editör, Gower Publishing Limited, ss.289-306, 2009

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Exploring Retail Brand Extension Strategies: A Turkish Apparel and Textiles Case Study**
GÜLTEKİN B., Saraç M. K.
47th European Marketing Academy Conference (EMAC), 29 Mayıs - 01 Haziran 2018
- II. **Yöre Dışı Alışverişin Tüketiciler Açısından İncelenmesi Kentsel Yöre Dışı Alışverişe Yönelik Bir Uygulama**
Uz N. N., Gültekin B.
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015
- III. **The Role of Ethical Beliefs in Justice Perceptions in the Service Recovery**
GÜLTEKİN B., ÖZER L., ŞEN KÜPELİ T., ATAK A. Ö.
EBEN 28th Annual Conference, İstanbul, Türkiye, 26 - 28 Haziran 2015
- IV. **Competencias transversales y su influencia en la satisfacción de los estudiantes de marketing Un estudio internacional**
GONZALES GASCON E., DE JUAN VIGARAY M. D., GÜLTEKİN B., TAYFUR Ö.
XXVI. Congreso de Marketing AEMARK2014, Elche, İspanya, 17 - 19 Eylül 2014
- V. **Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Kategorik Olarak İncelenmesi**
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.
19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gaziantep, Türkiye, 18 - 22 Haziran 2014, ss.110-130
- VI. **Adolescents Attitude toward Product Placement and Behavior in the Context of Socialization Agents**
GÜLTEKİN B., EROL Ö.
Fifth Annual American Business Research Conference, New York, Amerika Birleşik Devletleri, 6 - 07 Haziran 2013
- VII. **Location Orientation of Organic Stores in Low Demand Areas A Case Study of a Niche Market**
GÜLTEKİN B., ESPINOSA SEQUI A., DE JUAN VIGARAY M. D.
The European Institute of Retailing and Service Studies (EIRASS), İstanbul, Türkiye, 2 - 05 Temmuz 2012
- VIII. **The effect of store image on consumers store brand purchase frequency and perceived quality of store brands the Turkish case**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
7th International Congress Marketing Trends, 17 - 19 Ocak 2008
- IX. **The effect of store image dimensions on the perceived quality of store brands**
GÜLTEKİN B., CHUMPITAZ R., KAVAK B., ÖZER L., SWAEN V.
35th EMAC Conference, Atina, Yunanistan, 23 - 26 Mayıs 2006

Desteklenen Projeler

ÖZYİĞİT GÜLTEKİN B., ŞEN KÜPELİ T., ÖZER L., ECİK A. Ö., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Hizmet Telafisindeki Adalet Algılarında Etik İnançların Rolü, 2015 - 2016
KAVAK B., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B., ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ İÇİN ETKİLİ TUTUNDURMA FAALİYETLERİNİN PLANLANMASI VE

UYGULANMASI, 2015 - 2016

Metrikler

Yayın: 41

Atıf (WoS): 45

Atıf (Scopus): 74

H-İndeks (WoS): 3

H-İndeks (Scopus): 3

Burslar

Erasmus Değişim Programı, Üniversite, 2005 - 2006