

## Assoc. Prof. BEYZA ÖZYİĞİT GÜLTEKİN

### Personal Information

Office Phone: [+90 312 297 8700](tel:+903122978700)

Email: [beyza@hacettepe.edu.tr](mailto:beyza@hacettepe.edu.tr)

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

Address: Hacettepe Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü 06800 Beytepe Çankaya Ankara

### International Researcher IDs

ScholarID: eSURHXUAAAAJ

ORCID: 0000-0002-6797-864X

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

ScopusID: 56454114500

Yoksis Researcher ID: 169291

### Education Information

Doctorate, Hacettepe University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Turkey 2004 - 2010

Postgraduate, Hacettepe University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilimdalı) (Pazarlama Bilimdalı), Turkey 2001 - 2004

Undergraduate, Hacettepe University, İİbf, İşletme Bölümü, Turkey 1995 - 2000

### Foreign Languages

English, C1 Advanced

### Dissertations

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

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

### Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

### Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2016 - Continues

Assistant Professor, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - Continues

Lecturer PhD, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2010 - 2013

Research Assistant, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2001 - 2010

## Academic and Administrative Experience

İşletme Bölümü Yan Dal Koordinatörü, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2015 - Continues

## Courses

Müşteri İlişkileri Yönetimi, Postgraduate, 2023 - 2024  
International Economics and Business, Undergraduate, 2021 - 2022  
Retail Marketing Management, Undergraduate, 2021 - 2022  
Perakende Pazarlama Yönetimi, Postgraduate, 2021 - 2022  
Dağıtım Kanalları, Doctorate, 2021 - 2022  
Marketing Management, Undergraduate, 2021 - 2022

## Advising Theses

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

## Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **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, vol.165, 2022 (SCI-Expanded)
- II. **INFLUENCE OF THE LOVE OF MONEY AND MORALITY ON INTENTION TO PURCHASE COUNTERFEIT APPAREL**  
GÜLTEKİN B.  
SOCIAL BEHAVIOR AND PERSONALITY, vol.46, no.9, pp.1421-1436, 2018 (SSCI)
- III. **Pre- and post-purchase stage in impulse buying: The role of mood and satisfaction**  
ÖZER L., GÜLTEKİN B.  
JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, vol.22, pp.71-76, 2015 (SSCI)

## Articles Published in Other Journals

- I. **Examining Fitness Centre Members' Perceived Risk, Attitude, and Behavioural Intentions in the Context of Brand Equity during the COVID-19 Pandemic**  
ÖZYİĞİT GÜLTEKİN B., Yagiz K., Senturk-Ozer L.  
SOSYOEKONOMI, vol.32, no.60, pp.133-157, 2024 (ESCI)
- II. **Price Sensitivity, Perceived Food Quality, and Intention to Purchase Fast Food in the Context of Health-Consciousness of University Students**  
GÜLTEKİN B., VEUPHUTEH F. M.  
OPUS Toplum Araştırmaları Dergisi, vol.20, no.52, pp.317-334, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **A Literature Review on The Role of Technology in Logistics Resilience During The Pandemic**  
Gültekin B., Gündüz M. A., Cura F., Demir S., Özer L.  
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.58, no.4, pp.2980-3015, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.15, no.2, pp.564-592, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.30, no.51, pp.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, vol.30, no.53, pp.209-225, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.29, no.48, pp.145-160, 2021 (ESCI)
- VIII. **THE REVISIT INTENTION TO GREEN HOTELS IN THE CONTEXT OF THE EXTENDED THEORY OF PLANNED BEHAVIOR**  
Özer L., Kement Ü., Gültekin B.  
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.33, no.4, pp.59-85, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Investigating Consumer Outshopping Behaviour**  
Uz N. N., Gültekin B.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.7, no.1, pp.41-85, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **The Critical Role of Brand Love in Clothing Brands**  
TURGUT M. Ü., GÜLTEKİN B.  
Journal of Business, Economics & Finance, vol.4, no.1, pp.126-152, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **The Impact of Turkish and Foreign Language Brand Name Usage on Perceived Quality and Willingness to Buy2**  
Özer L., Gültekin B., Aydın S.  
SOSYOEKONOMI, vol.24, no.24, pp.131-142, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.32, no.1, pp.113-141, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.2, no.11, pp.29-40, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **Examination of Customer Value in Banking Sector in the framework of Brand Perceptions and Customer Loyalty**  
Özer L., Burul B. G., Gültekin B.  
SOSYOEKONOMI, vol.19, no.19, pp.295-313, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.5, no.1, pp.20-27, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **The Influence of Hedonic Motives and Browsing on Impulse Buying**  
GÜLTEKİN B., ÖZER L.  
Journal of Economics and Behavioral Studies, vol.4, no.3, pp.180-189, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.3, no.6, pp.189, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **Tüketici Bakış Açısından Mağaza İmajı Boyutlarının Belirlenmesi**  
GÜLTEKİN B., ÖZER L.  
Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, vol.8, no.2, pp.88-116, 2005 (Peer-Reviewed Journal)

## Books & Book Chapters

- I. **Security, Ethical and Legal Issues in the E-Commerce**  
Özyiğit Gültekin B.  
in: Introduction to the Electronic Commerce, Dilber Ulaş, Editor, Ankara Üniversitesi, Ankara, pp.216-242, 2023
- II. **The Past, Present, and Future of E-Business Models**  
Gültekin B.  
in: Impact of Digital Transformation on the Development of New Business Models and Consumer Experience, Maria Antónia Rodrigues, João F. Proença, Editor, IGI Global, Pennsylvania, pp.37-56, 2022
- III. **Faydacı ve Hedonik Alışveriş Güdüleri**  
GÜLTEKİN B., ÖZER L.  
in: İşletme Araştırmaları: Prof Dr. Hasan Işın Dener Anısına, Dr. Öğretim Üy. Onur Koyuncu, Editor, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara, pp.415-449, 2022
- IV. **Faydacı ve Hedonik Alışveriş Güdüleri**  
GÜLTEKİN B., ÖZER L.  
in: İşletme Araştırmaları, Dr. Onur Koyuncu, Editor, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara, pp.415-449, 2022
- V. **Omni-Channel Strategy in the Framework of the Search Engines**  
GÜLTEKİN B., ERDEM S.  
in: Managing Customer Experiences in an Omnichannel World: Melody of Online and Offline Environments in the Customer Journey, Taşkın Dirsehan, Editor, Emerald Publishing, pp.211-232, 2021
- VI. **Brand Loyalty**  
Gültekin B.  
in: Brand Management , Prof. Dr. Sezer Korkmaz, Editor, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Erzurum, pp.100-120, 2020
- VII. **Müşteri İlişkileri Yönetimi**  
GÜLTEKİN B., KEMENT Ü.  
Nobel Akademik, Ankara, 2018
- VIII. **Bölüm 7. Uluslararası Teslim Şekilleri**  
GÜLTEKİN B.  
in: Adım Adım Dış Ticaret, İbrahim Halil Ekşi, Editor, Nobel, Ankara, pp.121-132, 2017
- IX. **Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Analizi.**

ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.

in: Türkiye'de Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi (1955-2015), Babacan, Muazzez, Editor, Beta, İstanbul, pp.275-296, 2016

**X. Chapter 18: Retail merchandising and sales promotions**

DE JUAN VIGARAY M., GÜLTEKİN B.

in: The Global Business Handbook The Eight Dimensions of International Management, , Editor, Gower Publishing Limited, pp.289-306, 2009

## **Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings**

- 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 May - 01 June 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, Turkey, 10 - 13 June 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, Turkey, 26 - 28 June 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, Spain, 17 - 19 September 2014
- V. **Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Kategorik Olarak İncelenmesi**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.  
19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gaziantep, Turkey, 18 - 22 June 2014, pp.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, United States Of America, 6 - 07 June 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, Turkey, 2 - 05 July 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 January 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, Greece, 23 - 26 May 2006

## **Supported Projects**

ÖZYİĞİT GÜLTEKİN B., ŞEN KÜPELİ T., ÖZER L., ECİK A. Ö., Project Supported by Higher Education Institutions, Hizmet Telifisindeki Adalet Algılarında Etik İnançların Rolü, 2015 - 2016

KAVAK B., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B., ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., Project Supported by Higher Education Institutions, HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ İÇİN ETKİLİ TUTUNDURMA FAALİYETLERİNİN PLANLANMASI VE UYGULANMASI, 2015 - 2016

## **Metrics**

Publication: 40

Citation (WoS): 45

Citation (Scopus): 74

H-Index (WoS): 3

H-Index (Scopus): 3

## **Scholarships**

Erasmus Değişim Programı, University, 2005 - 2006