

# Prof. CANAN ERYIĞIT

## Personal Information

**Office Phone:** [+90 312 297 8700](tel:+903122978700) Extension: 131

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

**Web:** <https://avesis.hacettepe.edu.tr/canand>

## International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-4326-3922

Publons / Web Of Science ResearcherID: I-8471-2013

ScopusID: 37090580700

Yoksis Researcher ID: 169666

## Education Information

Doctorate, Hacettepe University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turkey 2005 - 2009

## Foreign Languages

English, C1 Advanced

## Dissertations

Doctorate, Ulus merkezilik ve kişilerarası etkilerin tüketicilerin yabancı ürün satın alma niyeti üzerindeki etkilerinin kültürlerarası incelemesi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2009

Postgraduate, Yeniliğin yayılması modellerinin ve yeniliği benimseyen kategorilerinin internet bankacılığı ürünü üzerinde bir incelemesi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2005

## Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

## Academic Titles / Tasks

Professor, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2022 - Continues

Associate Professor, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2015 - Continues

Assistant Professor, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - 2015

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

Research Assistant, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2003 - 2010

## Academic and Administrative Experience

Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - 2015

## Supervised Theses

ERYİĞİT C., Tüketici düşmanlığının boyutlarının ve satın alma niyeti üzerindeki etkilerinin incelenmesi: Nitel bir araştırma, Postgraduate, M.ERÇİN(Student), 2016

ERYİĞİT C., Uluslararası genişleme stratejileri ve pazarlama karmasının uyarlanması kararının ihracat performansı üzerinde etkilerinin incelenmesi: Rusya'ya tekstil ihracatı üzerinde bir uygulama, Postgraduate, G.GÜLEÇ(Student), 2012

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

- I. **The Effect of Sponsorship Announcements on Stock Returns of Sponsees**  
ERYİĞİT C., Eryigit M.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF SPORT FINANCE, vol.14, no.3, pp.173-190, 2019 (SSCI)
- II. **Marketing models A review of the literature**  
ERYİĞİT C.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKET RESEARCH, vol.59, no.3, pp.355-381, 2017 (SSCI)
- III. **Understanding Marketing Information Systems from the Perspective of SMEs: Reviewing the Literature**  
Eryigit C.  
INFORMATION SYSTEMS FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES: STATE OF ART OF IS RESEARCH IN SMES, pp.229-244, 2014 (SSCI)
- IV. **Examining the Effects of Moral Development Level, Self-Concept, and Self-Monitoring on Consumers' Ethical Attitudes**  
KAVAK B., Gurel E., ERYİĞİT C., Tektas O. O.  
JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, vol.88, no.1, pp.115-135, 2009 (SSCI)
- V. **The effects of key financial ratios on systematic risk**  
ERYİĞİT C., Eryigit M.  
IKTISAT ISLETME VE FINANS, vol.24, no.281, pp.60-76, 2009 (SSCI)
- VI. **Identification of adopter categories for online banking in Turkey**  
KAVAK B., Demirsoy C.  
SERVICE INDUSTRIES JOURNAL, vol.29, no.8, pp.1037-1051, 2009 (SSCI)

## Articles Published in Other Journals

- I. **Conceptualization of Customer Engagement and Prominent Themes in National Literature: A Bibliographic Analysis**  
PINAR M., ERYİĞİT C.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.16, no.3, pp.1531-1551, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **The Effects of Convenience and Risk on E-Loyalty through the Mediating Role of E-Service Quality: A Comparison for China and Turkey**  
ERYİĞİT C., Fan Y.  
JOURNAL OF INTERNATIONAL CONSUMER MARKETING, vol.33, no.5, pp.613-626, 2021 (ESCI)
- III. **The diffusion process of Bitcoin**  
ERYİĞİT C., ERYİĞİT M.  
Global & Local Economic Review, vol.25, no.1, 2021 (ESCI)
- IV. **Tüketici Yakınlığının Ulus Merkezilik ve Yabancı Ürün Satın Alma Niyeti İlişkisindeki Rolü**  
BARAN D., ERYİĞİT C.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.12, no.4, pp.3539-3549, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Enhancing the Quality of a Higher Education Course: The Quality Function Deployment Methodology and Kano Model Integration**

ÖMÜRGÖNÜLŞEN M., ERYİĞİT C., ÖZKAN TEKTAŞ Ö., SOYSAL M.  
YÜKSEKÖĞRETİM DERGISI, vol.10, no.3, pp.312-327, 2020 (ESCI)

- VI. **Enhancing the Quality of a Higher Education Course: Quality Function Deployment and Kano Model Integration**  
ÖMÜRGÖNÜLŞEN M., ERYİĞİT C., Tektas O. O., SOYSAL M.  
YUKSEKOGRETİM DERGISI, vol.10, no.3, pp.312-327, 2020 (ESCI)
- VII. **LÜKS DEĞER ALGISININ CİNSİYETE GÖRE FARKLILIKLARININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA**  
Erdağı G., ERYİĞİT C.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **MAĞAZA KİŞİLİĞİ VE ÖZ BENLİK UYUMUNUN MAĞAZA SADAKATİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**  
ERYİĞİT C., Eren Z.  
Beykoz Akademi Dergisi, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **CONSUMER INNOVATIVENESS: A LITERATURE REVIEW**  
ERYİĞİT C.  
MARKETING AND MANAGEMENT OF INNOVATIONS, no.3, pp.106-119, 2020 (ESCI)
- X. **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı ve Uyumun Marka Özvarlığı Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri: Cinsiyetin Düzenleyici Rolünün İncelenmesi**  
ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.11, no.2, pp.291-319, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Tüketici Düşmanlığının Boyutlarının ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Nitel Bir Araştırma**  
ERÇİN YURCU M., ERYİĞİT C.  
Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Does domain specific consumer innovativeness vary with consumers'xx individual cultural orientation?**  
Kavak B., Turhan A., ERYİĞİT C.  
Global Business and Economics Review, vol.20, no.5, 2018 (Scopus)
- XIII. **The effect of sponsorship announcements on stock returns: does industry concentration matter?**  
ERYİĞİT C., ERYİĞİT M.  
PEOPLE: International Journal of Social Sciences, vol.3, pp.239-251, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **THE EFFECTS OF PERCEIVED BRAND GLOBALNESS AND LOCAL ICONNESS ON BRAND PRESTIGE AND PERCEIVED QUALITY: THE ROLE OF CONSUMERS' CULTURAL IDENTITY**  
ERYİĞİT C., KAZANCI SUNAOĞLU Ş.  
Management and Marketing, 2017 (Scopus)
- XV. **Does Thinking Style Affect the Impacts of Satisfaction and Reputation on Repurchase Intention? A Cross-National Comparison**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., TAYFUR EKMEKÇİ Ö.  
Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets, vol.2, pp.4-24, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **Understanding the Effectiveness of Positioning Bases With Regard to Customer Perceptions**  
ERYİĞİT C., ERYİĞİT M.  
Journal of Global Marketing, vol.27, no.2, pp.85-93, 2014 (Scopus)
- XVII. **The Influence of Brand Associations on Brand Loyalty in Accordance with Product Involvement**  
ERYİĞİT C.  
Sport Management International Journal Choregia, vol.9, pp.17-33, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **Tourism and Economic Development in Mediterranean Sea Basin Countries A Panel Data Analysis**  
ERYİĞİT C., ERYİĞİT M.  
VADYBA / Journal of Management, vol.19, pp.87-92, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **Moderator Roles Of Interpersonal Effects On The Influence Of Consumer Ethnocentrism On Intention To Buy Foreign Products A Cross Cultural Testing**  
ERYİĞİT C., BAHTİŞEN k.

**XX. Effects of hedonic-utilitarian motives and life style on attitudinal-behavioral loyalty**

KAVAK B., Tektaş Ö. Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P.

Bogazici Journal, vol.24, pp.21-40, 2010 (Scopus)

## **Books & Book Chapters**

- I. **Pazarlamada Ürün Uygulamalar ve Örnek Olaylar**  
Kavak B., ERYİĞİT C., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
Siyasal Kitabevi, 2016
- II. **Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Analizi.**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.  
in: Türkiyede Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi (1955-2015), Babacan, Muazzez, Editor, Beta, İstanbul, pp.275-296, 2016
- III. **ULUSAL PAZARLAMA KONGRELERİNDE SUNULAN BİLDİRİLERİN KATEGORİK OLARAK İNCELENMESİ**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B.  
in: Türkiye de Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi, Muazzez Babacan, Editor, beta, 2016

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

- I. **An Exploratory Research on Sustainable Consumption Behavior Patterns of Generation Z Consumer**  
Eryiğit C., Tunçel N., Özkan Tektaş Ö., Güneş H. M., Kavak B.  
22. ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK KONGRESİ, İstanbul, Turkey, 7 - 09 September 2023, pp.313-320
- II. **The Effect of Sponsorship Announcements on Stock Returns: Do Industry Concentration and Competition Type Matter?**  
ERYİĞİT C., ERYİĞİT M.  
22nd International Conference on Social Science and Humanities, 5 - 06 September 2017
- III. **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
- IV. **The Impact of of Brand Value on Stock Price**  
ERYİĞİT C., ERYİĞİT M.  
The 2nd IBEA International Conference on Business, Economics and Accounting, Hong Kong, 26 - 28 March 2014
- V. **Müşteri Tatmini ve Firma İtibarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkilerinin Analitik Bütüncül Düşünme Tarzları Çerçevesinde İncelenmesi**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., TAYFUR EKMEKÇİ Ö., ERYİĞİT C.  
18. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kars, Turkey, 19 - 22 June 2013
- VI. **BRAND AND HUMAN PERSONALITY CONGRUENCE: DOES CULTURE MATTER?**  
TUNCA B., SHNEOR R., ERYİĞİT C.  
4th Annual EuroMed Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Elounda, Greece, 20 - 21 October 2011, pp.2238-2240

## **Supported Projects**

Eryiğit C., Özkan Tektaş Ö., Tunçel N., Kavak B., TUBITAK Project, AN INVESTIGATION OF SUSTAINABLE CONSUMPTION BEHAVIORS WITHIN THE FRAMEWORK OF DIFFERENT GENERATIONS AND DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE CONSUMPTION SCALE SPECIFIC TO TURKEY, 2022 - 2024

BAŞGÖZE P., GÜLTEKİN B., ÖZKAN TEKTAŞ Ö., ERYİĞİT C., Project Supported by Higher Education Institutions,

## **Metrics**

Publication: 37

Citation (WoS): 35

Citation (Scopus): 25

H-Index (WoS): 2

H-Index (Scopus): 2