

Assoc. Prof. CANAN ERYIĞIT

Personal Information

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

Email: canand@hacettepe.edu.tr

Education Information

Doctorate, Hacettepe Üniversitesi, 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

Post Graduate, 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

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

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

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

Professional Experience

Deputy Head of Department, Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - 2015

Advising Theses

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

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

Articles Published in Journals That Entered SCI, SSCI and AHCI Indexes

- I. **The Effect of Sponsorship Announcements on Stock Returns of Sponsees**
ERYİĞİT C., Eryigit M.
INTERNATIONAL JOURNAL OF SPORT FINANCE, vol.14, pp.173-190, 2019 (Journal Indexed in SSCI)
- II. **Marketing models A review of the literature**
ERYİĞİT C.
INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKET RESEARCH, vol.59, pp.355-381, 2017 (Journal Indexed in 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 (Journal Indexed in 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, pp.115-135, 2009 (Journal Indexed in SSCI)
- V. **The effects of key financial ratios on systematic risk**
ERYİĞİT C., Eryigit M.
IKTISAT ISLETME VE FINANS, vol.24, pp.60-76, 2009 (Journal Indexed in SSCI)
- VI. **Identification of adopter categories for online banking in Turkey**
KAVAK B., Demirsoy C.
SERVICE INDUSTRIES JOURNAL, vol.29, pp.1037-1051, 2009 (Journal Indexed in SSCI)

Articles Published in Other Journals

- I. **CONSUMER INNOVATIVENESS: A LITERATURE REVIEW**
ERYİĞİT C.
MARKETING AND MANAGEMENT OF INNOVATIONS, pp.106-119, 2020 (Journal Indexed in ESCI)
- II. **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, pp.291-319, 2019 (Other Refereed National Journals)
- III. **Tüketici Düşmanlığının Boyutlarının ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Nitel Bir Araştırma**
ERÇİN YURCU M., ERYİĞİT C.
Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2019 (Other Refereed National Journals)
- IV. **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, 2018 (Refereed Journals of Other Institutions)
- V. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- VI. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- VII. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)

VIII. Understanding the Effectiveness of Positioning Bases With Regard to Customer Perceptions

ERYİĞİT C., ERYİĞİT M.

Journal of Global Marketing, vol.27, pp.85-93, 2014 (Refereed Journals of Other Institutions)

IX. 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 (Refereed Journals of Other Institutions)

X. 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 (Refereed Journals of Other Institutions)

XI. Moderator Roles Of Interpersonal Effects On The Influence Of Consumer Ethnocentrism On Intention To Buy Foreign Products A Cross Cultural Testing

ERYİĞİT C., BAHTIŞEN K.

İzzet Baysal Üniversitesi İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, vol.7, 2011 (Other Refereed National Journals)

XII. 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 (Refereed Journals of Other Institutions)

Books & Book Chapters

I. Pazarlamada Ürün Uygulamalar ve Örnek Olaylar

Kavak B., ERYİĞİT C., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.

Siyasal Kitabevi, 2016

II. 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. 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

II. 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

III. 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

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

Citations

Total Citations (WOS):24

h-index (WOS):2