

Doç.Dr. CANAN ERYİĞİT

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 312 297 8700](tel:+903122978700) Dahili: 131

E-posta: canand@hacettepe.edu.tr

Eğitim Bilgileri

Doktora, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye 2005 - 2009

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

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

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

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

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, 2003 - 2010

Mesleki Deneyim

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

Yönetilen Tezler

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

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

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **The Effect of Sponsorship Announcements on Stock Returns of Sponsees**
ERYİĞİT C., Eryigit M.
INTERNATIONAL JOURNAL OF SPORT FINANCE, cilt.14, ss.173-190, 2019 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- II. **Marketing models A review of the literature**
ERYİĞİT C.
INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKET RESEARCH, cilt.59, ss.355-381, 2017 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- 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, ss.229-244, 2014 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- 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, cilt.88, ss.115-135, 2009 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- V. **The effects of key financial ratios on systematic risk**
ERYİĞİT C., Eryigit M.
IKTISAT ISLETME VE FINANS, cilt.24, ss.60-76, 2009 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- VI. **Identification of adopter categories for online banking in Turkey**
KAVAK B., Demirsoy C.
SERVICE INDUSTRIES JOURNAL, cilt.29, ss.1037-1051, 2009 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **CONSUMER INNOVATIVENESS: A LITERATURE REVIEW**
ERYİĞİT C.
MARKETING AND MANAGEMENT OF INNOVATIONS, ss.106-119, 2020 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- 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, cilt.11, ss.291-319, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IV. **Does domain specific consumer innovativeness vary with consumers'xx individual cultural orientation?**
Kavak B., Turhan A., ERYİĞİT C.
Global Business and Economics Review, cilt.20, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- V. **The effect of sponsorship announcements on stock returns: does industry concentration matter?**
ERYİĞİT C., ERYİĞİT M.
PEOPLE: International Journal of Social Sciences, cilt.3, ss.239-251, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.2, ss.4-24, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

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

ERYİĞİT C., ERYİĞİT M.

Journal of Global Marketing, cilt.27, ss.85-93, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

IX. The Influence of Brand Associations on Brand Loyalty in Accordance with Product Involvement

ERYİĞİT C.

Sport Management International Journal Choregia, cilt.9, ss.17-33, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

X. Tourism and Economic Development in Mediterranean Sea Basin Countries A Panel Data Analysis

ERYİĞİT C., ERYİĞİT M.

VADYBA / Journal of Management, cilt.19, ss.87-92, 2011 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

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, cilt.7, 2011 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

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

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

Bogazici Journal, cilt.24, ss.21-40, 2010 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Kitap & Kitap Bölümleri

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.

Türkiye de Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi, Muazzez Babacan, Editör, beta, 2016

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

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 Mart 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, Türkiye, 19 - 22 Haziran 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, Yunanistan, 20 - 21 Ekim 2011, ss.2238-2240

Desteklenen Projeler

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

Atıflar

Toplam Atıf Sayısı (WOS):24

h-indeksi (WOS):2