

## Prof. Dr. ÖZNER ÖZKAN TEKTAŞ

### Kişisel Bilgiler

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

Fax Telefonu: [+90 312 297 2055](tel:+903122972055)

E-posta: [oznuro@hacettepe.edu.tr](mailto:oznuro@hacettepe.edu.tr)

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

Posta Adresi: Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölümü Beytepe Çankaya Ankara

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0001-5703-6870

ScopusID: 23986189500

Yoksis Araştırmacı ID: 169596

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Hacettepe Üniversitesi, İşletme, Türkiye 2005 - Devam Ediyor

Yüksek Lisans, Hacettepe Üniversitesi, Pazarlama, Türkiye 2003 - Devam Ediyor

Lisans, Hacettepe Üniversitesi, İİB/İşletme, Türkiye 1997 - Devam Ediyor

### Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

### Yaptığı Tezler

Yüksek Lisans, Tüketici tercihlerinin belirlenmesinde konjoint analizi ve çok boyutlu ölçekleme analizinin kullanımı:

Küçük ve orta boy işletmeler üzerinde bir uygulama, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI)

(Tezli), 2005

### Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

### Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2015 - Devam Ediyor

### Yönetilen Tezler

Özkan Tektaş Ö., Tipik ambalaj tasarımı ve tasarım farkındalık düzeyinin satın alma niyeti ve kalite algısına etkisi, Yüksek Lisans, S.BEYZA(Öğrenci), 2020

Özkan Tektaş Ö., Çevrimiçi hizmet kalitesinin webqual 4.0 ile ölçülmesi ve kullanıcıların web sitesine yönelik tutumları

üzerindeki etkisinin incelenmesi, Yüksek Lisans, R.ERDEM(Öğrenci), 2020  
Özkan Tektaş Ö., Havayolu hizmet kalitesi unsurlarının kalite fonksiyon yayılımı (QFD) ve kano modellerinin birlikte kullanılması ile belirlenmesi, Yüksek Lisans, M.AKINET(Öğrenci), 2019  
Özkan Tektaş Ö., Tüketicilerin küreselleşmeye ve küresel markalara yönelik tutumlarının incelenmesi: Sigortacılık sektöründe bir uygulama, Yüksek Lisans, I.KONYA(Öğrenci), 2019  
Özkan Tektaş Ö., Tüketicilerin hane içi enerji tasarrufu davranışına etki eden faktörlerin incelenmesi, Yüksek Lisans, E.KOÇAK(Öğrenci), 2019  
Özkan Tektaş Ö., Nesnelere internetin algılanan değer üzerindeki etkisinin bireysel yenilikçilik çerçevesinde incelenmesi, Yüksek Lisans, U.ÇOBAN(Öğrenci), 2019  
Özkan Tektaş Ö., Ürüne ait özelliklerin satın almadaki etkisinin tüketim ve endüstriyel pazarlar için değerlendirilmesi, Yüksek Lisans, M.YILDIRIM(Öğrenci), 2019  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., Benlik uyumu ve fonksiyonel uyumun tüketici-marka bağı üzerindeki etkisi: Cep telefonu kullanıcıları üzerine bir çalışma, Yüksek Lisans, B.UĞUR(Öğrenci), 2017  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., Milliyet merkezçilik ve düşmanlığın satın alma niyeti üzerindeki etkisinin kültürel benzerlik çerçevesinde incelenmesi: Bosna Hersek örneği, Yüksek Lisans, S.HELJIC(Öğrenci), 2015  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., Sürdürülebilir turizme ilişkin ziyaretçi tutumlarının ve tekrar ziyaret niyetlerinin pazar bölümlendirme kriteri olarak kullanılması: Kapadokya bölgesi örneği, Yüksek Lisans, K.ÇAMLICA(Öğrenci), 2014

## SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **The effect of service recovery on socially distant third-party customers: an experimental research on emotions, forgiveness, repatronage intention and WoM**  
Çelik S., ÖZKAN TEKTAŞ Ö., Kavak B.  
Journal of Service Theory and Practice, 2024 (SSCI)
- II. **Intrinsic motivators of collaborative consumption: A study of accommodation rental services**  
TUNÇEL N., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES, cilt.44, sa.6, ss.616-628, 2020 (SSCI)
- III. **Perceived justice and post-recovery satisfaction in banking service failures: Do commitment types matter?**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
SERVICE BUSINESS, cilt.11, sa.4, ss.851-870, 2017 (SSCI)
- IV. **Pre-recovery emotions and satisfaction: A moderated mediation model of service recovery and reputation in the banking sector**  
Ozkan-Tektas O., BAŞGÖZE P.  
EUROPEAN MANAGEMENT JOURNAL, cilt.35, sa.3, ss.388-395, 2017 (SSCI)
- V. **Service quality, satisfaction, reputation and perceived value as the antecedents of behavioral intentions: A cross-national investigation in mobile communication services**  
Tektas O. O.  
IKTISAT ISLETME VE FINANS, cilt.26, sa.301, ss.35-58, 2011 (SSCI)
- VI. **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, sa.1, ss.115-135, 2009 (SSCI)
- VII. **Academic attributional style, self-efficacy and gender: A cross-cultural comparison**  
Camgoz S. M., Tektas O. O., Metin I.  
SOCIAL BEHAVIOR AND PERSONALITY, cilt.36, sa.1, ss.97-114, 2008 (SSCI)

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **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 DERGİSİ, cilt.10, sa.3, ss.312-327, 2020 (ESCI)
- II. **Nesnelerin İnternetinin Algılanan Değer Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Bireysel Yenilikçiliğin Düzenleyici Rolü**  
Çoban U., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.20, ss.233-258, 2019 (Hakemli Dergi)
- III. **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, sa.2, ss.291-319, 2019 (Hakemli Dergi)
- IV. **TÜRKİYE'DEKİ YABANCI MENŞELİ ÜNİVERSİTE TERCİHİNDE KİŞİSEL VE BÖLGEYE YÖNELİK FAKTÖRLERİN ROLÜ**  
KAVAK B., TUNÇEL N., KAZANCI SUNAOĞLU Ş., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.15, sa.15, ss.61-83, 2019 (Hakemli Dergi)
- V. **Çocuklara Yönelik Gıda Reklamları: Ebeveynlerin Bireysel Ahlak Felsefeleri, Ebeveynlik Tarzları ve Cinsiyetin Etkilerinin Araştırılması**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
Cankiri Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.9, sa.2, ss.277-300, 2019 (Hakemli Dergi)
- VI. **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 (Hakemli Dergi)
- VII. **Ethical Perceptions and Green Buying Behavior of Consumers A Cross National Exploratory Study**  
BAŞGÖZE P., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
JOURNAL OF ECONOMICS AND BEHAVIORAL STUDIES, cilt.4, sa.8, ss.477-488, 2012 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Akademik Atıf Tarzı Türkiye ve İngiltere Karşılaştırması**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., METİN CAMGÖZ S., METİN ORTA İ.  
Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, ss.1725, 2010 (Hakemli Dergi)

## Kitaplar

- I. **Pazarlamada Etik**  
Özkan Tektaş Ö., Başgöze P., Eryiğit C.  
Detay Yayıncılık, Ankara, 2020
- II. **Pazarlamada Ürün Uygulamalar ve Örnek Olaylar**  
Kavak B., ERYİĞİT C., ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
Siyasal Kitabevi, 2016
- III. **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
- IV. **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. **Türkiye'deki Yabancı Menşeli ÜniversiteTercihinde Kişisel ve Bölgeye Yönelik Faktörlerin Rolü**  
KAVAK B., ÖZKAN TEKTAŞ Ö., TUNÇEL N., KAZANCI SUNAOĞLU Ş.  
23. Pazarlama Kongresi, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018
- II. **ANTECEDENTS OF CUSTOMER LOYALTY IN B TO B RELATIONSHIPS EXAMINING THE EFFECT OF COMMITMENT TYPES**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö.  
10th International Congress on Social Sciences, 23 - 24 Eylül 2016
- III. **Ulusal Pazarlama Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Kategorik Olarak İncelenmesi**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., BAŞGÖZE P.  
19. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 18 - 22 Haziran 2014, ss.110-130
- IV. **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
- 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, Türkiye, 19 - 22 Haziran 2013
- VI. **Tüketicilerin Etik Algıları ve Çevreci Satın Alma Davranışları Ülkelerarası Keşifsel Bir Araştırma**  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., BAŞGÖZE P.  
17. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 18 - 21 Ekim 2012, ss.297-304

## Desteklenen Projeler

ÖZKAN TEKTAŞ Ö., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, 22. Pazarlama Kongresi, 2017 - 2020  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Endüstriyel İlişkilerde Müşteri Sadakatının Belirleyicileri Bağlılık Türlerinin Etkilerinin İncelenmesi, 2016 - 2016  
ÖZKAN TEKTAŞ Ö., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Hizmet Hatalarında Algılanan Adaletin Telafi Sonrası Tatmin Üzerindeki Etkisi Bankacılık Sektöründen Bir Örnek, 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: 28  
Atıf (WoS): 60  
Atıf (Scopus): 38  
H-İndeks (WoS): 5  
H-İndeks (Scopus): 3