

Doç.Dr. Ebru ENGİNKAYA ERKENT

Kişisel Bilgiler

Web: <https://avesis.yildiz.edu.tr/engink>

Posta Adresi: Yıldız Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü,G3-101, Davutpaşa Kampüsü, Esenler

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Türkiye 2000 - 2005

Yüksek Lisans, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi, Türkiye 1997 - 2000

Lisans, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat, Türkiye 1993 - 1997

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç.Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fak., İşletme Bölümü, 1998 - Devam Ediyor

Yönetilen Tezler

ENGİNKAYA ERKENT E., B2C ticarete müşteri sadakati ve bir uygulama, Yüksek Lisans, E.Tetik(Öğrenci), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Giyim Sektöründe Vitrin Düzenlemelerinin Marka İmajına Etkisi, Yüksek Lisans, D.Yılmaz(Öğrenci), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Marka kişiliğinin boyutları ve Ikea uygulaması, Yüksek Lisans, M.Yılmaz(Öğrenci), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Gerilla Pazarlamanın Marka Çağrışımı ile İlişkisi ve Bir Uygulama, Yüksek Lisans, H.Durmuş(Öğrenci), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Sanatsal Ürünlerin Pazarlanması, Yüksek Lisans, İ.Kara(Öğrenci), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Ilac firmalarında tedarik zinciri yönetiminde pazarlama araştırmaları, Yüksek Lisans, H.Tosun(Öğrenci), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Tutundurma Çalışmaları, Yüksek Lisans, T.Adıgüzel(Öğrenci), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Bilgi Sistemleri Ve Pazarlama Arasındaki Uyumun Algılanan Pazarlama Performansına Etkisi Ve Bir Uygulama, Yüksek Lisans, G.Mehtap(Öğrenci), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Marka seçim sürecindeki boyutlar açısından tüketicilerin markalı ürün satın alma tercihleri, Yüksek Lisans, G.Çakır(Öğrenci), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Hizmet sektöründe kalite, değer ve müşteri memnuniyetinin tüketici davranışları üzerindeki etkisi, Yüksek Lisans, T.Toprak(Öğrenci), 2016

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Svod Markalarının Twitter Üzerindeki İletişimleri: Netflix'ten Blütv'ye**
Parmaksız M. Y., Enginkaya Erkent E.
Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.19, sa.4, ss.981-996, 2019 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- II. **Mobil Pazarlama'da QR Kod Uygulamaları**
Enginkaya Erkent E., Cebeci Perker B.
Social Sciences Studies Journal, cilt.4, sa.13, ss.190-201, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- III. **The Factors Affeting The Attitude of Consumers' Purchasing Private Labels**
Enginkaya Erkent E.
Research Journal of Business and Management, cilt.4, sa.3, ss.28-33, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IV. **Counterfeit Luxury Brand Consumption: Attitudes Of Turkish Consumers**
Enginkaya Erkent E.
Journal of Global Economics, Management and Business Research, cilt.3, sa.1, ss.11-21, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- V. **Brand followers: motivations and attitudes of consumers to follow brands in social media**
Yılmaz H., Enginkaya Erkent E.
International Journal of Internet Marketing and Advertising, cilt.9, sa.1, ss.3-22, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VI. **Futbol Taraftarlarının Sponsor Markalara İlişkin Tutum Satınalma Niyeti ve Takımla Özdeşleşmeleri Arasındaki İlişki**
Enginkaya Erkent E.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.36, ss.145-158, 2014 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- VII. **Dimensions of Online Customer Engagement**
Enginkaya Erkent E., Esen E.
Journal of Business, Economics and Finance, cilt.3, sa.1, ss.106-114, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VIII. **Alışveriş Değeri ve Mağaza Seçim Kriterlerinin Belirlenmesinin Hazcı ve Faydacı Alışveriş Değeri İle İlişkisi: Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**
Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadırcı T.
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.19, sa.1, ss.141-155, 2010 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- IX. **A Theoretical Framework About How Organizations Promote Their Corporate Social Responsibility Initiatives**
Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadırcı T., Esen E.
International Journal of Business and Management, cilt.1, sa.2, ss.39-47, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- X. **Elektronik Perakendecilik ve Elektronik Alışveriş**
Enginkaya Erkent E.
Ege Akademik Bakış, cilt.6, ss.10-16, 2006 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XI. **Japonya'nın Yabancı Pazarlara Giriş Stratejileri**
Enginkaya Erkent E.
Ege Akademik Bakış, cilt.5, sa.1, ss.99-108, 2005 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XII. **Sağlık Hizmetlerinde Tutundurma**
Enginkaya Erkent E.
Modern Hastane Yönetimi Dergisi, cilt.4, ss.1-5, 2000 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIII. **İllere ve Bölgelere Göre Türkiye'nin Demografik ve Sosyal Yapısının Analizi**
Fırat S. Ü., Enginkaya Erkent E., Chasan A.
İşletme İktisat ve Finans Dergisi, cilt.15, sa.170, ss.18-35, 2000 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Digital Marketing**
Enginkaya Erkent E.
E-Business, Arzu Karaman Akgül, Editör, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, ss.120-145, 2020
- II. **Sağlık Sektöründe Dijital Dönüşüm**
Enginkaya Erkent E.
Dijital Dönüşüm Ekseninde İşletme Uygulamaları, Muazzez Babacan, Editör, Detay Yayınevi, Ankara, ss.401-424, 2019
- III. **How Social Media is Transforming Marketing?**
Kırçova İ., Enginkaya Erkent E.
Handbook of Research on Managerial Thinking in Global Business Economics, Dinçer, H.,Yüksel, S., Editör, Iğ Global Publications, New-York, ss.318-334, 2019
- IV. **Yeni Gerçekler İçin Pazarlamayı Tanımlamak**
Enginkaya Erkent E.
Pazarlama Yönetimi, İbrahim Kırçova, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, ss.2-33, 2018
- V. **The Consumers' Life Simplifiers: Innovative Developments and Transformations**
Enginkaya Erkent E., Karaman Akgül A.
Current Debates in Business Studies, Candan, Burcu F., Kapucu, Hakan, Editör, IJOPEC Publication Limited, London, ss.83-92, 2018
- VI. **Sosyal Medya Pazarlama**
Kırçova İ., Enginkaya Erkent E.
Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2015
- VII. **Stratejik Pazarlama Planlaması**
Enginkaya Erkent E.
Girişimcilik, Nazan Yelkikalan, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, ss.137-151, 2013
- VIII. **Hizmet Pazarlaması**
Enginkaya Erkent E.
Pazarlama Yönetimi, İbrahim Kırçova, Tahir Benli, Editör, Lisans Yayıncılık, İstanbul, ss.311-339, 2013

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Consumer Negativity Towards Brands: Brand Hate or Brand Switch?**
Pınarbaşı F., Enginkaya Erkent E.
Global Business Research Congress , İstanbul, Türkiye, 30 - 31 Mayıs 2019, ss.1-6
- II. **Marka Deneyimi ve Marka Aşkı Açısından Havayolu Markalarının Karşılaştırılması**
Erdoğan H. H. , Enginkaya Erkent E.
23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018, ss.403-424
- III. **"Customer Engagement's Role Over Positive Word-of-Mouth Intention: A Study on Smartphones Sector"**
Pandır B., Enginkaya Erkent E.
Global Business Research Congress , İstanbul, Türkiye, 24 - 25 Mayıs 2018, ss.150-154
- IV. **Fashion Customers' E-Wom Behavior: An Exploratory Study**
Köse Ş. G. , Enginkaya Erkent E.
12th International Conference On Social Sciences, Amsterdam, Hollanda, 19 - 20 Mayıs 2017
- V. **Exploring Turkish Consumers' Socially Responsible Consumption Behavior**
Kırçova İ., Enginkaya Erkent E., Köse Ş. G.
2nd Annual International Conference on Social Sciences, İstanbul, Türkiye, 2 - 04 Haziran 2016, ss.182-189
- VI. **Influence of consumers' self-brand connections on purchase intentions**
Kırçova İ., Enginkaya Erkent E., Yılmaz H.
1st Annual International Conference on Social Sciences, İstanbul, Türkiye, 21 - 23 Mayıs 2015, ss.492-503
- VII. **The Impact of Digital Advertising on Consumer Purchase Decisions**

Enginkaya Erkent E., Çınar D.

2nd International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference, İstanbul, Türkiye, 16 Haziran - 19 Temmuz 2014, ss.432-441

VIII. What drives consumers to interact with brands through social media? A motivation scale development study

Enginkaya Erkent E., Yılmaz H.

2nd International Conference on Strategic Innovative Marketing, Praha, Çek Cumhuriyeti, 13 - 17 Eylül 2013, ss.119-226

IX. Evaluating The Service Quality Perceptions Of Customers Towards Private Shopping Web Sites

Kırçova İ., Enginkaya Erkent E., Yılmaz H.

13. Annual International Conference of The Global Business and Technology Association, İstanbul, Türkiye, 12 - 16 Temmuz 2011, ss.261-268

X. Pazarlama İletişimi Açısından Sosyal Medya Ortamı

Enginkaya Erkent E.

15. Ulusal Pazarlama Kongresi, İzmir, Türkiye, 26 - 29 Ekim 2010, ss.286-300

XI. Global Brand Image: A Perspective of Turkish Consumers

Enginkaya Erkent E.

19. International Management Development Association World Business Congress, Konya, Türkiye, 21 - 25 Temmuz 2010, ss.157-161

XII. Müşterilerin İşletmelere Bağlılığında (Engagement) Etkili olan Faktörler: İnternet Üzerinden Alışveriş Yapan Müşteriler Üzerine Bir Çalışma

Enginkaya Erkent E., Esen E.

8. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Zonguldak, Türkiye, 6 - 08 Mayıs 2010, ss.48-52

XIII. The Relationship Between Brand Name, Percieved Value, Percieved Quality, Store Image and Consumers' Purchase Intentions

Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadırcı T.

SOBIAD, İzmir, Türkiye, 21 Ağustos 2008

XIV. Brand Choices Depending On Technological Developments Among Young Consumers

Kırçova İ., Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadırcı T.

GBATA, Budapest, Macaristan, 14 Haziran 2003

Desteklenen Projeler

KIRÇOVA İ., KARAMAN AKGÜL A., AKBAŞ H. E. , ENGİNKAYA ERKENT E., KÖSE Ş. G. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Firmaların Kurumsal Kaynak Planlaması Değerlendirmeleri Ve Kurumsal Kaynak Planlamasının Başarısını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi, 2020 - Devam Ediyor

ENGİNKAYA ERKENT E., Doğu Anadolu Turizm Odaklı Bölgesel Kalınma Projesi ve Kış Olimpiyatları Araştırması, 2004 - 2004

Atıflar

Toplam Atıf Sayısı (WOS):18

h-indeksi (WOS):1