

Assoc. Prof. Ebru ENGİNKAYA ERKENT

Personal Information

Office Phone: [+90 383 682 1](tel:+903836821)

Email: engink@yildiz.edu.tr

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

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

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0003-1137-3470

ScopusID: 56588015700

Yoksis Researcher ID: 188249

Education Information

Doctorate, Marmara University, Institute Of Social Sciences, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Turkey 2000 - 2005

Postgraduate, Yıldız Technical University, Graduate School Of Social Sciences, İşletme Yönetimi, Turkey 1997 - 2000

Undergraduate, Yıldız Technical University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat, Turkey 1993 - 1997

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Yıldız Technical University, Faculty Of Economic And Administrative Sciences, Department Of Administration, 1998 - Continues

Advising Theses

ENGİNKAYA ERKENT E., B2C ticarete müşteri sadakati ve bir uygulama, Postgraduate, E.Tetik(Student), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Giyim Sektöründe Vitrin Düzenlemelerinin Marka İmajına Etkisi, Postgraduate,

D.Yılmaz(Student), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Marka kişiliğinin boyutları ve Ikea uygulaması, Postgraduate, M.Yılmaz(Student), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Gerilla Pazarlamanın Marka Çağrışımı ile İlişkisi ve Bir Uygulama, Postgraduate,

H.Durmuş(Student), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Sanatsal Ürünlerin Pazarlanması, Postgraduate, İ.Kara(Student), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., İlaç firmalarında tedarik zinciri yönetiminde pazarlama araştırmaları, Postgraduate,

H.Tosun(Student), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Tutundurma Çalışmaları, Postgraduate, T.Adıgüzel(Student), 2016

ENGİNKAYA ERKENT E., Bilgi Sistemleri Ve Pazarlama Arasındaki Uyumun Algılanan Pazarlama Performansına Etkisi Ve Bir Uygulama, Postgraduate, G.Mehtap(Student), 2016
ENGİNKAYA ERKENT E., Marka seçim sürecindeki boyutlar açısından tüketicilerin markalı ürün satın alma tercihleri, Postgraduate, G.Çakır(Student), 2016
ENGİNKAYA ERKENT E., Hizmet sektöründe kalite, değer ve müşteri memnuniyetinin tüketici davranışları üzerindeki etkisi, Postgraduate, T.Toprak(Student), 2016

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **Recycling Reinforced: The Synergistic Dynamics of Sustainable Behavior**
ENGİNKAYA ERKENT E., SAĞLAM M. H.
Sustainability (Switzerland), vol.16, no.9, 2024 (SCI-Expanded)
- II. **Exploring servicescape experiences across museum types**
Erdoğan H. H., ENGİNKAYA ERKENT E.
Journal of Services Marketing, vol.37, no.6, pp.706-718, 2023 (SSCI)

Articles Published in Other Journals

- I. **Uncovering airline service quality dimensions from passengers' online reviews: A text mining approach to validate and extend Servqual**
KILIÇ S., ENGİNKAYA E.
Business and Management Studies: An International Journal, vol.12, no.3, pp.492-504, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **DIMENSIONS OF EXPERIENTIAL CONSUMPTION AT MUSEUM VISITS**
Erdoğan H. H., ENGİNKAYA E.
Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, no.56, pp.165-184, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **EXAMINING THE RELATIONS BETWEEN EMPLOYEES' PERCEPTION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CUSTOMER ORIENTATION AND PERCEIVED PERFORMANCE**
Enginkaya Erkent E., Köse Ş. G.
JOURNAL OF MEHMET AKIF ERSOY UNIVERSITY ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY, vol.8, no.3, pp.851-870, 2022 (ESCI)
- IV. **Will You Carry That Watch? Investigating Factors That Affect Continuance Intention Of Smartwatches**
Enginkaya Erkent E., Köse Ş. G., Özer Çizer E.
International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences, vol.11, no.2, pp.354-373, 2021 (ESCI)
- V. **Svod Markalarının Twitter Üzerindeki İletişimleri: Netflix'ten Blutv'ye**
Parmaksız M. Y., ENGİNKAYA ERKENT E.
Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.19, no.4, pp.981-996, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **"QR Code Applications in Mobile Marketing", Social Science Studies Journal (SSS Journal)**
ENGİNKAYA ERKENT E., PERKER B.
Social Science Studies Journal, vol.4, no.13, pp.109-201, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **QR CODE APPLICATIONS IN MOBILE MARKETING**
Enginkaya Erkent E., Cebeci Perker B.
Social Sciences Studies Journal, vol.4, no.13, pp.190-201, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **The Factors Affecting the Attitude of Consumers's Purchasing Private Labels**
ENGİNKAYA ERKENT E.
Research Journal of Business and Management, vol.4, no.1, pp.28-33, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **The Factors Affeting The Attitude of Consumers' Purchasing Private Labels**

- Enginkaya Erkent E.
Research Journal of Business and Management, vol.4, no.3, pp.28-33, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Counterfeit Luxury Brand Consumption: Attitudes Of Turkish Consumers**
Enginkaya Erkent E.
Journal of Global Economics, Management and Business Research, vol.3, no.1, pp.11-21, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **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, vol.9, no.1, pp.3-22, 2015 (Scopus)
- XII. **Futbol Taraftarlarının Sponsor Markalara İlişkin Tutum Satınalma Niyeti ve Takımla Özdeşleşmeleri Arasındaki İlişki**
Enginkaya Erkent E.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.36, pp.145-158, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Dimensions of Online Customer Engagement**
Enginkaya Erkent E., Esen E.
Journal of Business, Economics and Finance, vol.3, no.1, pp.106-114, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **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 Enstitüsü Dergisi, vol.19, no.1, pp.141-155, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Alışveriş Değeri ve Mağaza Seçim Kriterlerinin Belirlenmesinin Hazcı Ve Faydacı Alışveriş Değerleri İle İlişkisi Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**
ENGINKAYA ERKENT E., OZANSOY ÇADIRCI T.
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.19, no.1, pp.141-155, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **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, vol.1, no.2, pp.39-47, 2009 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **Elektronik Perakendecilik ve Elektronik Alışveriş**
Enginkaya Erkent E.
Ege Akademik Bakış, vol.6, pp.10-16, 2006 (ESCI)
- XVIII. **Japonya'nın Yabancı Pazarlara Giriş Stratejileri**
Enginkaya Erkent E.
Ege Akademik Bakış, vol.5, no.1, pp.99-108, 2005 (ESCI)
- XIX. **Sağlık Hizmetlerinde Tutundurma**
Enginkaya Erkent E.
Modern Hastane Yönetimi Dergisi, vol.4, pp.1-5, 2000 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **İllere ve Bölgelere Göre Türkiye'nin Demografik ve Sosyal Yapısının Analizi**
Fırat S. Ü., Enginkaya Erkent E., Chasan A.
İşletme İktisat ve Finans Dergisi, vol.15, no.170, pp.18-35, 2000 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Digital Marketing**
Enginkaya Erkent E.
in: E-Business, Arzu Karaman Akgül, Editor, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, pp.120-145, 2020
- II. **Sağlık Sektöründe Dijital Dönüşüm**
Enginkaya Erkent E.
in: Dijital Dönüşüm Ekseninde İşletme Uygulamaları, Muazzez Babacan, Editor, Detay Yayınevi, Ankara, pp.401-424, 2019

- III. **How Social Media is Transforming Marketing?**
Kırçova İ., Enginkaya Erkent E.
in: Handbook of Research on Managerial Thinking in Global Business Economics, Dinçer, H., Yüksel, S., Editor, Igi Global Publications, New-York, pp.318-334, 2019
- IV. **Yeni Gerçekler İçin Pazarlamayı Tanımlamak**
Enginkaya Erkent E.
in: Pazarlama Yönetimi, İbrahim Kırçova, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, pp.2-33, 2018
- V. **The Consumers' Life Simplifiers: Innovative Developments and Transformations**
Enginkaya Erkent E., Karaman Akgül A.
in: Current Debates in Business Studies, Candan, Burcu F., Kapucu, Hakan, Editor, IJOPEC Publication Limited, London, pp.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.
in: Girişimcilik, Nazan Yelkikalan, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, pp.137-151, 2013
- VIII. **Hizmet Pazarlaması**
Enginkaya Erkent E.
in: Pazarlama Yönetimi, İbrahim Kırçova, Tahir Benli, Editor, Lisans Yayıncılık, İstanbul, pp.311-339, 2013

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Consumer Negativity Towards Brands: Brand Hate or Brand Switch?**
Pınarbaşı F., Enginkaya Erkent E.
Global Business Research Congress, İstanbul, Turkey, 30 - 31 May 2019, pp.1-6
- II. **Marka Deneyimi ve Marka Aşkı Açısından Havayolu Markalarının Karşılaştırılması**
Erdoğan H. H., Enginkaya Erkent E.
23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Turkey, 27 - 29 June 2018, pp.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, Turkey, 24 - 25 May 2018, pp.150-154
- IV. **Fashion Customers' E-Wom Behavior: An Exploratory Study**
Köse Ş. G., Enginkaya Erkent E.
12th International Conference On Social Sciences, Amsterdam, Netherlands, 19 - 20 May 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, Turkey, 2 - 04 June 2016, pp.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, Turkey, 21 - 23 May 2015, pp.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, Turkey, 16 June - 19 July 2014, pp.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, Czech Republic, 13 - 17 September 2013,

pp.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, Turkey, 12 - 16 July 2011, pp.261-268
- X. Pazarlama İletişimi Açısından Sosyal Medya Ortamı**
Enginkaya Erkent E.
15. Ulusal Pazarlama Kongresi, İzmir, Turkey, 26 - 29 October 2010, pp.286-300
- XI. Global Brand Image: A Perspective of Turkish Consumers**
Enginkaya Erkent E.
19. International Management Development Association World Business Congress, Konya, Turkey, 21 - 25 July 2010, pp.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, Turkey, 6 - 08 May 2010, pp.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, Turkey, 21 August 2008
- XIV. Brand Choices Depending On Technological Developments Among Young Consumers**
Kırçova İ., Enginkaya Erkent E., Ozansoy Çadırcı T.
GBATA, Budapest, Hungary, 14 June 2003

Supported Projects

KIRÇOVA İ., KARAMAN AKGÜL A., AKBAŞ H. E., ENGİNKAYA ERKENT E., KÖSE Ş. G., Project Supported by Higher Education Institutions, Firmaların Kurumsal Kaynak Planlaması Değerlendirmeleri Ve Kurumsal Kaynak Planlamasının Başarısını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi, 2020 - 2021
ENGİNKAYA ERKENT E., Doğu Anadolu Turizm Odaklı Bölgesel Kalınma Projesi ve Kış Olimpiyatları Araştırması, 2004 - 2004

Metrics

Publication: 44

Citation (Scopus): 4

H-Index (WoS): 1

H-Index (Scopus): 2