

Doç. Dr. Ebru ENGİNKAYA ERKENT

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 383 682 1](tel:+903836821)

E-posta: engink@yildiz.edu.tr

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

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0003-1137-3470

ScopusID: 56588015700

Yoksis Araştırmacı ID: 188249

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

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Recycling Reinforced: The Synergistic Dynamics of Sustainable Behavior**
ENGİNKAYA ERKENT E., SAĞLAM M. H.
Sustainability (Switzerland), cilt.16, sa.9, 2024 (SCI-Expanded)
- II. **Exploring servicescape experiences across museum types**
Erdoğan H. H., ENGİNKAYA ERKENT E.
Journal of Services Marketing, cilt.37, sa.6, ss.706-718, 2023 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Yolcuların çevrimiçi incelemelerinden havayolu hizmet kalitesi boyutlarının belirlenmesi: Servqual'i doğrulamak ve genişletmek için metin madenciliği yaklaşımı**
KILIÇ S., ENGİNKAYA E.
Business and Management Studies: An International Journal, cilt.12, sa.3, ss.492-504, 2024 (Hakemli Dergi)
- II. **MÜZE ZİYARETLERİNDEKİ DENEYİMSEL TÜKETİMİN BOYUTLARI**
Erdoğan H. H., ENGİNKAYA E.
Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sa.56, ss.165-184, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.8, sa.3, ss.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, cilt.11, sa.2, ss.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, cilt.19, sa.4, ss.981-996, 2019 (Hakemli Dergi)
- VI. **"QR Code Applications in Mobile Marketing", Social Science Studies Journal (SSS Journal)**
ENGİNKAYA ERKENT E., PERKER B.
Social Science Studies Journal, cilt.4, sa.13, ss.109-201, 2018 (Hakemli Dergi)
- VII. **Mobil Pazarlama'da QR Kod Uygulamaları**
Enginkaya Erkent E., Cebeci Perker B.
Social Sciences Studies Journal, cilt.4, sa.13, ss.190-201, 2018 (Hakemli Dergi)
- VIII. **The Factors Affecting the Attitude of Consumers's Purchasing Private Labels**
ENGİNKAYA ERKENT E.
Research Journal of Business and Management, cilt.4, sa.1, ss.28-33, 2017 (Hakemli Dergi)
- IX. **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 (Hakemli Dergi)

- X. **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 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.9, sa.1, ss.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, cilt.36, ss.145-158, 2014 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Dimensions of Online Customer Engagement**
Enginkaya Erkent E., Esen E.
Journal of Business, Economics and Finance, cilt.3, sa.1, ss.106-114, 2014 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.19, sa.1, ss.141-155, 2010 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.19, sa.1, ss.141-155, 2010 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.1, sa.2, ss.39-47, 2009 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Elektronik Perakendecilik ve Elektronik Alışveriş**
Enginkaya Erkent E.
Ege Akademik Bakış, cilt.6, ss.10-16, 2006 (ESCI)
- XVIII. **Japonya'nın Yabancı Pazarlara Giriş Stratejileri**
Enginkaya Erkent E.
Ege Akademik Bakış, cilt.5, sa.1, ss.99-108, 2005 (ESCI)
- XIX. **Sağlık Hizmetlerinde Tutundurma**
Enginkaya Erkent E.
Modern Hastane Yönetimi Dergisi, cilt.4, ss.1-5, 2000 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.15, sa.170, ss.18-35, 2000 (Hakemli Dergi)

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 - 2021

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

Metrikler

Yayın: 44

Atıf (Scopus): 4

H-İndeks (WoS): 1

H-İndeks (Scopus): 2