

## Doç. Dr. Hayat AYAR ŞENTÜRK

### Kişisel Bilgiler

E-posta: hayar@yildiz.edu.tr

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

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-8738-4603

ScopusID: 57208263001

Yoksis Araştırmacı ID: 55840

### Araştırma Alanları

Pazarlama

### Akademik Unvanlar / Görevler

Dr. Öğr. Üyesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fak., İşletme Bölümü, 2019 - Devam Ediyor  
Araştırma Görevlisi, Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü, 2011 - 2019

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

- The relationships among the logic of value innovation, strategic decisions and market-driven factors**  
AYAR ŞENTÜRK H., Özkan K. T.  
Journal of Business and Industrial Marketing, cilt.38, sa.12, ss.2643-2654, 2023 (SSCI)
- The simultaneous effect of firm capabilities and competitive strategies on export performance: the role of competitive advantages and competitive intensity**  
Keskin H., Ayar Şentürk H., Tatoglu E., Golgeci I., Kalaycioglu O., Etlioğlu H. T.  
INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, cilt.38, sa.6, ss.1242-1266, 2021 (SSCI)
- The relationships among nostalgic emotion, destination images and tourist behaviors: An empirical study of Istanbul**  
Akgün A. E., Ayar Şentürk H., Keskin H., Onal I.  
JOURNAL OF DESTINATION MARKETING & MANAGEMENT, cilt.16, 2020 (SSCI)
- Knowledge sharing barriers in software development teams: a multiple case study in Turkey**  
Akgün A. E., Keskin H., Ayar H., Okunakol Z.  
Kybernetes, cilt.46, ss.603-620, 2017 (SCI-Expanded)

### Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- Sağlıklı atıştırma severler için sağlıklı gıdalar: Sağlıklı gıda ürünleri pazarında başarının yolu**  
Ayar Şentürk H., Cakir M.  
ROSSIISKII ZHURNAL MENEDZHMENTA-RUSSIAN MANAGEMENT JOURNAL, cilt.21, sa.3, ss.398-418, 2023 (ESCI)
- PARASOSYAL ETKİLEŞİM NASIL GELİŞİR? ETKİLERİ NELERDİR?: NİCEL BİR ARAŞTIRMA**  
Ayar Şentürk H.  
PEARSON JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES & HUMANITIES, cilt.7, sa.18, ss.12-23, 2022 (Hakemli Dergi)

- III. **Yeni Ürün Geliştirme Takımlarında Hata Yönetimi**  
Keskin H., Ayar Şentürk H., Özerden S. S.  
Doğuş Üniversitesi Dergisi , cilt.21, sa.1, ss.35-47, 2020 (Hakemli Dergi)
- IV. **Tatil Paylaşımlarını Niçin Seviyoruz?: İkna Mesajlarının Duygusal Ve Davranışsal Tepkiler Üzerine Etkisi**  
Ayar Şentürk H., Akgün A. E., Keskin H.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, sa.23, ss.139-161, 2019 (Hakemli Dergi)
- V. **Müşteri Deneyimlerinden Öğrenme: Akıllı Hatalar Güçlü Markalar**  
Ayar Şentürk H.  
Business and Management Studies: An International Journal, cilt.6, ss.730-751, 2018 (Hakemli Dergi)
- VI. **Yenilikçilik Kalitesi Perspektifinden Bilgi Paylaşımı, Entelektüel Sermaye ve Performans İlişkisi**  
Keskin H., Ayar Şentürk H., Beydoğan A.  
Business Management Studies: An International Journal, cilt.6, ss.71-94, 2018 (Hakemli Dergi)
- VII. **Persuasive messages and emotional responses in social media marketing**  
Keskin H., Akgün A. E., Ayar H., Etlioğlu H. T.  
Journal of Management, Marketing and Logistics, cilt.4, ss.202-208, 2017 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Why Companies Go Positive Marketing Innovations: A new theoretical prototype for 4Ps of Innovation**  
Keskin H., Akgün A. E., Ayar H., Etlioğlu H. T.  
Journal of Business, Economics and Finance, cilt.6, 2017 (Hakemli Dergi)
- IX. **Dynamic Rules Of Action, Market Knowledge Absorptive Capacity And Firm Innovativeness: An Empirical Analysis**  
Keskin H., Ayar H.  
Doğuş Üniversitesi, cilt.18, ss.115-134, 2017 (Hakemli Dergi)
- X. **TALES OF CITIES CITY BRANDING THROUGH STORYTELLING**  
Keskin H., Akgün A. E., Zehir C., Ayar H.  
Journal of Global Strategic Management, cilt.10, sa.1, ss.31-41, 2016 (Hakemli Dergi)
- XI. **Pazar Yönelimi ve Firma Performansı İlişkisi Farklılaştırma Stratejisinin Aracı Rolü**  
Keskin H., Zehir S., Ayar H.  
Doğuş Üniversitesi Dergisi, cilt.17, ss.111-127, 2016 (Hakemli Dergi)
- XII. **Ürün Yerleştirmede Sahne Farkındalığı: Toy Story 3 Filmi Üzerine Bir Araştırma**  
Sarıyer N., Ayar Şentürk H.  
Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.1, sa.2, ss.105-121, 2013 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Filmlere Yerleştirilen Markaların Çocuklar Tarafından Hatırlanması: TOY STORY III Filmi Örneği**  
Sarıyer N., Ayar Şentürk H.  
Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.15, sa.1, ss.111-127, 2013 (Hakemli Dergi)

## Kitaplar

- I. **A Qualitative Study on the Antecedents and Consequences of Digital Customer Experience**  
Yavuziğit D., Ayar Şentürk H.  
Contemporary Approaches to Business and Economics, Mehmet Baykal, Aziz Dayanır, Editör, Filiz Kitabevi, İstanbul, ss.27-46, 2022
- II. **Consumer Neuroscience and Neuromarketing: A Qualitative Study on the Success and Future of Neuromarketing**  
Bilgin S., Ayar Şentürk H.  
Contemporary Approaches to Business and Economics, Mehmet Baykal, Aziz Dayanır, Editör, Filiz Kitabevi, İstanbul, ss.5-25, 2022
- III. **The Effects of Real-Time Content Marketing on Consumer Emotions and Behaviors: An Analysis on COVID-19 Pandemic Period**

Ayar Şentürk H., Özer E., Sezer T.

Cases on Digital Strategies and Management Issues in Modern Organizations, José Duarte Santos, Editör, IGI Global, Pennsylvania, ss.300-329, 2022

**IV. The Transformation of Traditional TVs Into Digital Platforms: A Strategic Marketing Analysis on Turkish Market**

Ayar Şentürk H.

Managerial Issues in Digital Transformation of Global Modern Corporations, Thangasamy Esakki, Editör, IGI Global, Pennsylvania, ss.102-114, 2021

**V. Digital Storytelling and Parasocial Interaction for Brand-Consumer Relationship**

Ayar Şentürk H.

Handbook of Research on Technology Applications for Effective Customer Engagement, Norazah Mohd Suki, Editör, IGI Global, Pennsylvania, ss.210-230, 2020

**VI. Building the Friendly-Airline Brand:Hospitable Cabin Crew for Digital Marketing Activities**

Ayar Şentürk H.

Digital Marketing Strategies for Tourism, Hospitality, and Airline Industries, Santos, José Duarte, Silva, Óscar Lima, Editör, IGI Global, District-Of-Columbia, ss.197-220, 2019

**VII. TÜKETİCİYLE SÜRDÜRÜLEBİLİR DEĞER YARATMAK:DİNAMİK PAZARLAMA YETENEKLERİ NEDİR? NASIL GELİŞTİRİLİR?**

Ayar Şentürk H., Keskin H., Akgün A. E.

Tüketici Yazıları VI, Arzu Şener, Esna Betül Buğday, Editör, TÜPADEM, Ankara, ss.78-100, 2018

## **Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler**

**I. NÖROPAZARLAMA ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ**

Akkök S., Ayar Şentürk H.

10. Uluslararası Değişen Dünyada Sosyal ve Beşeri Bilimler Kongresi, İzmir, Türkiye, 12 - 14 Ağustos 2023, ss.295-296

**II. DİJİTAL MÜŞTERİ DENEYİMİNİN ÖNCÜLLERİ VE SONUÇLARI ÜZERİNE NİTEL BİR ÇALIŞMA**

Yavuzyiğit D., Ayar Şentürk H.

International Istanbul Economic Research Conference (IIERC), İstanbul, Türkiye, 18 - 20 Kasım 2021, ss.58-59

**III. TÜKETİCİ NÖROBİLİMİ VE NÖROPAZARLAMA: ETKİNLİĞİ VE GELECEĞİ ÜZERİNE NİTEL BİR ÇALIŞMA**

Bilgin S., Ayar Şentürk H.

International Istanbul Economic Research Conference (IIERC), İstanbul, Türkiye, 18 - 20 Kasım 2021, ss.56-57

**IV. HİZMET MÜKEMMELLİĞİNİN ÖTESİNDE YENİ FENOMEN:MİSAFİRPERVERLİK KAVRAMININ ÖLÇÜMLENMESİ**

Ayar Şentürk H., Keskin H.

International Social Innovation Congress, İstanbul, Türkiye, 16 - 17 Ekim 2019

**V. A new way out to deal with market turbulence: Ambidexterity and resilience capacity**

KESKİN H., ŞAHİNLİ E., AYAR ŞENTÜRK H.

V. ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER SEMPOZYUMU, 25 - 27 Ekim 2018

**VI. DİNAMİK PAZAR KOŞULLARINDA ÖRGÜT KÜLTÜRÜ, ENTELEKTÜEL SERMAYE VE DİNAMİK YETENEKLER İLİŞKİSİ**

İMAMOĞLU S. Z., AYAR ŞENTÜRK H., İNCE H., TÜRKCAN H., YAZICI N.

3.ULUSLARARASISOSYAL BEŞERİ VE EĞİTİM BİLİMLERİ KONGRESİ, 17 - 18 Aralık 2018

**VII. Bilgi Paylaşımı, Entelektüel Sermaye ve Firma Performansı Arasındaki İlişkiler**

Keskin H., Ayar Şentürk H., Beydoğan A.

BOR Conference, Karabük, Türkiye, 12 - 14 Eylül 2018

**VIII. The Relationship among Cultural Values, Emotional Intelligence and Job Outcomes**

İMAMOĞLU S. Z., İNCE H., AYAR ŞENTÜRK H., KELEŞ A.

14th International Strategic Management Conference, 12 - 14 Temmuz 2018

- IX. An Evolutionary Perspective: From Computers to Anxiety of Computer Users**  
KESKİN H., İMAMOĞLU S. Z., AYAR ŞENTÜRK H., kayman s.  
8th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management, 12 - 14 Temmuz 2018
- X. Tatil Paylaşımlarını Niçin Seviyoruz?: İkna Mesajlarının Duygusal Ve Davranışsal Tepkiler Üzerine Etkisi**  
AYAR H., AKGÜN A. E., KESKİN H.  
23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 27 Haziran 2018 - 29 Haziran 2019
- XI. "Follow Me and Like My Stories!": Parasocial Relationships via Storytelling on Social Media**  
AYDIN K., AYAR H.  
3rd ANNUAL INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES (AICSS), 26 - 27 Ekim 2017
- XII. Why companies go positive marketing innovations: a new theoretical prototype for 4ps of innovation**  
AKGÜN A. E., KESKİN H., AYAR H., ETLİOĞLU H. T.  
2nd world conference on technology, innovation and entrepreneurship, 12 - 14 Mayıs 2017
- XIII. Persuasive messages and emotional responses in social media marketing**  
KESKİN H., AKGÜN A. E., AYAR H., ETLİOĞLU H. T.  
2nd world conference on technology, innovation and entrepreneurship, 12 - 14 Mayıs 2017
- XIV. Cyberbullying Victimization Counterproductive Work Behaviours and Emotional Intelligence at Workplace**  
KESKİN H., AKGÜN A. E., AYAR H., Kayman Ş. S.  
12th international strategic management conference, 21 - 23 Temmuz 2016
- XV. The Influence of Storytelling Approach in Travel Writings on Readers Empathy and Travel Intentions**  
AKGÜN A. E., KESKİN H., AYAR H., erdoğan e.  
11th International Strategic Management Conference, 23 - 25 Temmuz 2015
- XVI. Standardization and Adaptation of International Marketing Mix Activities A Case Study**  
AKGÜN A. E., KESKİN H., AYAR H.  
10th International Strategic Management Conference 2014, 19 - 21 Haziran 2014, ss.609-618

## Desteklenen Projeler

AYAR ŞENTÜRK H., Akkök S., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, REKLAMLARIN TÜKETİCİLERİN BEYİN AKTİVİTELERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: EEG ÖLÇÜMLERİ İLE BİR NÖROPAZARLAMA ARAŞTIRMASI, 2023 - 2024  
Ayar Şentürk H., Çakır M., TÜBİTAK Projesi, Sağlık Teknolojilerinde Dijital Dönüşüm Ve İnovasyon: Stratejik Pazarlama Planı Geliştirilmesi, 2021 - 2022

## Metrikler

Yayın: 40  
Atıf (WoS): 58  
Atıf (Scopus): 168  
H-İndeks (WoS): 4  
H-İndeks (Scopus): 3

## Ödüller

Ayar Şentürk H., TÜBA-Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı Ödülleri, Türkiye Bilimler Akademisi (Tüba), Aralık 2021