

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

- 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)
- 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)

- III. **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)
- IV. **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)
- V. **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)
- VI. **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)
- VII. **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)
- VIII. **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)
- IX. **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)
- X. **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)
- XI. **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)
- XII. **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)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **A Qualitative Study on the Antecedents and Consequences of Digital Customer Experience**
Yavuzyiğit 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 Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- 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**
Yavuziğit 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., ŞAHİNLI 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., 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