



Personal Information

Office Phone: [+90 224 294 1069](tel:+902242941069)

Email: mhakan@uludag.edu.tr

Web: <https://avesis.uludag.edu.tr/mhakan>

International Researcher IDs

ScholarID: zVY9iiEAAAAJ

ORCID: 0000-0001-8517-0540

Publons / Web Of Science ResearcherID: AAG-7359-2021

ScopusID: 24605177900

Yoksis Researcher ID: 157971

Education Information

Doctorate, Bursa Uludağ University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (Dr), Turkey
1995 - 1999

Postgraduate, Bursa Uludağ University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (YI)
(Tezli), Turkey 1992 - 1995

Undergraduate, Bursa Uludağ University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ,
İşletme Bölümü, Turkey 1988 - 1992

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, Müşteri tatmininden müşteriye değer sağlama analizine doğru bir yapılanma ve bir analiz önerisi, 1999

Postgraduate, Emlak pazarlaması ve Bursa Bölgesi'nde bir uygulama, 1995

Research Areas

Marketing

Academic Titles / Tasks

Professor, Bursa Uludağ University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME, 1992 - Continues

Academic and Administrative Experience

Courses

DİJİTAL PAZARLAMA, Postgraduate, 2023 - 2024
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Undergraduate, 2023 - 2024
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Postgraduate, 2023 - 2024
MÜŞTERİ DAVRANIŞI ANALİTİĞİ, Doctorate, 2023 - 2024
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Undergraduate, 2023 - 2024

Advising Theses

Altıntaş M. H., Satış elemanı ses özellikleri, tüketici işitsel algısı ve satın alma eğilimi arasındaki ilişkinin tüketici sinirbilimi bağlamında modellenmesi, Doctorate, İ.TURAN(Student), 2024
Altıntaş M. H., İşletmeden müşteriye (B2C) e-ticaret alanına ilişkin bibliyometrik analiz, Postgraduate, İ.SARIGÖL(Student), 2023
Altıntaş M. H., Marka kişiliğinin büyük veri kapsamında tüketici duygu analizi yöntemiyle belirlenmesi, Doctorate, N.SEREN(Student), 2023
Altıntaş M. H., Kişisel satış sürecinde mizah kullanımının uyumlu satış ve satışperformansı ilişkisindeki aracılık rolü: emlak sektöründe bir uygulama, Doctorate, Y.KOÇAK(Student), 2023
Altıntaş M. H., İhracat pazarlaması yazınına ilişkin bibliyometrik analiz, Postgraduate, A.YALÇIN(Student), 2022
Altıntaş M. H., Akıllı tedarik zinciri yönetimi ve alan yazınına ilişkin bibliyometrik analiz, Postgraduate, B.YALÇIN(Student), 2022
Altıntaş M. H., Tüketicilerin yöresel ürünlere yönelik tutumları: Öncül ve ardıllar bağlamında temel kavramsallaştırma, Doctorate, C.EFECAN(Student), 2022
Altıntaş M. H., Uluslararasılaşma derecesinin ardılları üzerindeki etkisi: Bibliyometrik ve yapısal eşitlik temelli bir model önerisi, Doctorate, İ.TANRIVERDİ(Student), 2021
Altıntaş M. H., Hizmet sektöründe personel motivasyon düzeyinin dış müşteri memnuniyeti üzerine etkisi ve beyaz eşya servis işletmesine yönelik bir uygulama, Doctorate, Ü.İHSAN(Student), 2021
Altıntaş M. H., Dijital bankacılıkta müşteri deneyiminin öncüllerinin ve ardıllarının analizi, Doctorate, G.ALKAÇ(Student), 2021
Altıntaş M. H., Satış elemanlarının kişilik özellikleri ve kişisel değerlerinin satış performansları üzerindeki etkisinin incelenmesi, Doctorate, E.İLHAN(Student), 2021
Altıntaş M. H., Endüstriyel tüketicilerin satın alma kararları bağlamında tedarikçi seçim kriterleri: Türkiye'de endüstriyel yapılandırıcı sektörüne yönelik analiz, Doctorate, R.STRUGO(Student), 2021
ALTINTAŞ M. H., The attitudes of consumers' towards green products: A comparative study between Indonesia and Turkey, Postgraduate, W.Septiani(Student), 2020
ALTINTAŞ M. H., Bibliometric analysis on entrepreneurship and techno-parks, Postgraduate, M.Emin(Student), 2020
ALTINTAŞ M. H., Investigation of the effect of leader member exchange on salesperson creativity, Postgraduate, E.Kalemci(Student), 2020
ALTINTAŞ M. H., Investigation of consumers' purchasing intentions within the framework of technology acceptance model, Doctorate, E.Bektaş(Student), 2019
ALTINTAŞ M. H., Investigation of factors that influence Ukrainian consumers' purchase decisions toward Turkish clothing retailer brands, Postgraduate, M.Illiashenko(Student), 2019
ALTINTAŞ M. H., Mobil banking apps on smartphones and consumer satisfaction analysis, Postgraduate, İ.Kadir(Student), 2018
Altıntaş M., A consumer based model suggestion for branding process, Doctorate, O.Duman(Student), 2016
Altıntaş M. H., Yeni ürün olarak akıllı evler: Tüketicilerin satın alma niyetlerinin teknoloji kabul modeli çerçevesinde araştırılması, Doctorate, E.BEKTAŞ(Student), 2016

- Altıntaş M., Consumer attitudes towards domestic and foreign products: A research on the cosmopolitan perspective, Postgraduate, C.Efecan(Student), 2015
- ALTINTAŞ M. H., Salesforce organization design and management: A qualitative analysis on sales managers' evaluations, Postgraduate, E.Demirbaş(Student), 2015
- ALTINTAŞ M. H., Altıntaş H., Customer relationship management and a research on hotels in Turkey, Postgraduate, M.Soyaslan(Student), 2006
- Altıntaş M. H., Pazar bölümlendirilmesinde tüketici değerlerinin kullanımı ve blue jean sektöründe gençler üzerine bir uygulama, Postgraduate, İ.DÜLGEROĞLU(Student), 2004
- ALTINTAŞ M. H., The use of consumer values in market segmentation and an application on the young population in the blue jean sector, Postgraduate, İ.Dülgeroğlu(Student), 2004

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **The transformation of the e-tailing field: a bibliometric analysis**
Altıntaş M. H., Kılıç S., Akhan C. E.
INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT, vol.48, no.2, pp.152-168, 2020 (SSCI)
- II. **CONSUMER BOYCOTTS OF FOREIGN PRODUCTS: A METRIC MODEL**
Altıntaş M. H., Kurtulmusoglu B. F., Kaufmann H. R., Kılıç S., Harcar T.
AMFITEATRU ECONOMIC, vol.15, no.34, pp.485-504, 2013 (SSCI)
- III. **THE DEVELOPMENT AND VALIDATION OF A CONSUMER COSMOPOLITANISM SCALE: THE POLAR OPPOSITE OF XENOPHOBIC ATTITUDES**
ALTINTAŞ M. H., Kurtulmusoglu F. B., Kaufmann H. R., Harcar T., Gundogan N.
ECONOMIC RESEARCH-EKONOMSKA ISTRAZIVANJA, vol.26, no.1, pp.137-154, 2013 (SSCI)
- IV. **The Relationship Between Feminist / Womanist Identity and Leadership Styles of Women Managers in Turkey,**
Çınar Altıntaş F., Altıntaş M. H.
Gender in Management: An International Review, ,, vol.23, no.3, 2008 (SSCI)
- V. **Cultural Openness and Consumer Ethnocentrism an Empirical Analysis on the Turkish Consumers**
Altıntaş M. H., Tokol A. T.
MARKETING INTELLIGENCE & PLANNING, vol.25, no.4, pp.308-325, 2007 (SSCI)
- VI. **The effects of export barriers on perceived export performance An empirical research on SMEs in Turkey**
Altıntaş M. H., Tokol A. T., Harcar T.
EUROMED JOURNAL OF BUSINESS, vol.2, no.1, pp.36-56, 2007 (SSCI)
- VII. **Politikada Pazarlama ve Politik Pazarlamada Yer Alan Konular Üzerine Genel Bir İnceleme**
ALTINTAŞ M. H.
Amme İdaresi Dergisi, vol.34, no.1, pp.33-50, 2001 (SSCI)

Articles Published in Other Journals

- I. **Marka Kişiliğinin Büyük Veri Kapsamında Duygu Analizi Yöntemiyle Belirlenmesi: Hızlı Sonuç Almaya Odaklanmış Bir Uygulama**
SEREN N., ALTINTAŞ M. H.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.15, no.4, pp.2763-2779, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Üretim İşletmelerinin AR-GE Harcamalarının Yıllık Bazdaki Hız Temelinde Çok Boyutlu Ölçekleme Yöntemiyle Analizi**
SEREN N., ALTINTAŞ M. H.
Muhasebe ve Finansman Dergisi, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Examining of the Consumer Neuroscience Concept with Bibliometric Analysis Method**

TURAN İ., ALTINTAŞ M. H.

Uludağ Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.25, no.46, pp.341-365, 2023 (Peer-Reviewed Journal)

- IV. **Determining Brand Personality in Tourism Businesses Through Sentiment Analysis Method**
SEREN N., ALTINTAŞ M. H.
International Journal of Social Inquiry, vol.16, no.1, pp.229-254, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Emlak Satış Elemanlarında Yaratıcılığın Uyumcu Satış Davranışına Etkisi**
Altıntaş M. H., Akhan C. E., Koçak Y.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, no.1, pp.72-84, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Cynical Brand Distance: Is it a response or not? Its Relationship with Social Distance, Brand Congruency and Brand Switch**
ALTINTAŞ M. H., KURTULMUŞOĞLU F., ALTINTAŞ F. Ç.
International Journal of Health Management and Tourism, vol.8, no.1, pp.17-57, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **The Relationship of Humor, Trust, and Intrusiveness in Advertising**
Altıntaş M. H., Akhan C. E., Işın F. B., Dentiste Mueller R.
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM BİLİMLERİ DERGİSİ, vol.1, no.2, pp.130-149, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Örgütsel Yaratıcılık Kavramının Bibliyometrik Analiz Yöntemi ile İncelenmesi**
Çınar Altıntaş F., Altıntaş M. H., Işın F. B.
JOURNAL OF ACADEMIC VALUE STUDIES, vol.8, no.4, pp.348-361, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Curative Marketing Applied Smart City Design**
Kaufmann H. R., Altıntaş M. H., Czinkota M.
INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT CASES, vol.24, no.4, pp.8-38, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Humorous Anthropomorphic TV Ads: A Cross-Cultural Analysis Using Collectivist and Individualist Elements.**
Akhan C. E., Altıntaş M. H., Işın F. B., Mueller R.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.15, no.2, pp.325-346, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Satış Elemanlarının Kişilik Özellikleri ve Satış Performansı İlişkisinde Kişisel Değerlerin Aracılık Etkisinin Analizi**
Akhan C. E., İlhan E., Altıntaş M. H.
International Journal of Social Inquiry, vol.14, no.2, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **A Research On The Examination Of Service Quality And Servqual Scale Literature With Bibliometric Analysis Method**
Akhan C. E., Korkmaz Ü. İ., Strugo R., Altıntaş M. H.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.56, no.1, pp.329-352, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Bankacılıkta Müşteri Deneyimine Yönelik Bibliyometrik Analiz:1991-2020 Dönemine Ait Temaların ve İlişki Ağlarının Belirlenmesi**
Alkaç Özdemir G., Altıntaş M. H.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.13, no.2, pp.1856-1871, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **Kişisel Mizah Algısı ve Satış Performansı İlişkisinde Müzakere İletişim Becerilerinin Aracılık Etkisi**
AKHAN C. E., TANRIVERDİ İ., SEREN N., ALTINTAŞ M. H.
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.22, no.2, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Grup Hedefleri Bağlamında Transformasyonel Liderliğin Satış Performansı Üzerindeki Etkisinde Satış Yaratıcılığının Aracılık Rolü**
Akhan C. E., Kalemci E., Altıntaş M. H.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.12, no.1, pp.349-360, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **İŞLETMELERİN İHRACAT PERFORMANSI: BİBLİYOMETRİK ANALİZ**
TANRIVERDİ İ., ALTINTAŞ M. H.
YÖNETİM VE EKONOMİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ, vol.17, no.3, pp.294-311, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **Satış Elemanlarının Ses Özellikleri ve Tüketicilerin Satın Alma Eğilimi İlişkisinde Bilişsel ve Duygusal Güvenin Aracılık Etkisi - Salespersons Voice Specifications and Consumers Buying Intention**

Relationship: The Mediating Effect of Cognitive and Emotional Trust

ALTINTAŞ M. H., KURTULMUŞOĞLU F. B., DÜLGEROĞLU İ., AKHAN C. E.

Journal of Business Research - Turk, vol.9, no.4, pp.455-471, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

- XVIII. **Tüketici Temelli Markalaşmada Bir Model Önerisi**
DUMAN D. O., ALTINTAŞ M. H.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ACADEMIC VALUE STUDIES, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **Management of Consumers in Political Area: Spatial Analysis on Nonvoting Speed and National Culture Values**
Kurtulmuşoğlu F. B., Altıntaş M. H., Çınar Altıntaş F., Kaufmann H. R., Mueller R.
Asian Journal of Multidisciplinary Studies, vol.5, no.8, pp.40-54, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **The Effects of the Degree of Internationalization on Export Performance: A Research on Exporters in Turkey**
Özdemir E., Altıntaş M. H., Kılıç S.
İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, vol.8, no.3, pp.611-626, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **The mediating effects of adaptive selling and commitment on the relationship between management control and sales performance**
ÇINAR ALTINTAŞ F., Kurtulmuşoğlu F. B., ALTINTAŞ M. H., Kaufmann H., ALKIBAY S.
EUROMED JOURNAL OF BUSINESS, vol.12, no.2, pp.221-240, 2017 (ESCI)
- XXII. **The Classification of Bad Customers Based on Action and Character Specific**
KURTULMUŞOĞLU F. B., ALTINTAŞ M. H., KAUFMANN H. R., TALHA H., ALKIBAY S.
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Journal of Economics and Administrative Sciences, vol.18, no.2, pp.103-114, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIII. **Deviant customer behaviour a perceived classification**
KURTULMUŞOĞLU F. B., ALTINTAŞ M. H., KAUFMANN H. R., ALKIBAY S.
The marketing review, vol.15, no.4, pp.483-502, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIV. **Macro level perspective of consumer ethnocentrism a panel data study in Turkey**
ALTINTAŞ M. H., DÜLGEROĞLU İ., TÜZÜNTÜRK S., HARCAR T.
World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, vol.7, no.4, pp.402-421, 2011 (Scopus)
- XXV. **Mall Equity Measurement Based on Brand Equity Conceptualization**
ALTINTAŞ M. H., KURTULMUŞOĞLU F. B., KILIÇ S., Kaufmann H. R.
Journal of Business Retail Management Research, vol.5, no.2, pp.55-71, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVI. **Internationalization market forces and domestic sectoral institutionalization**
ALTINTAŞ M. H., VRONTIS D., KAUFMANN H. R., ILAN A.
European Business Review, vol.23, no.2, pp.215-235, 2011 (Scopus)
- XXVII. **Strategic Objectives and Competitive Advantages of Private Label Products Manufacturers Perspective**
ALTINTAŞ M. H., KILIÇ S., ŞENOL G., KURTULMUŞOĞLU F. B.
INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT, vol.38, no.10, pp.773-788, 2010 (Scopus)
- XXVIII. **Research on the Attitudes of Consumers and Workers towards Customer Misbehaviors**
KURTULMUŞOĞLU F. B., ALTINTAŞ M. H., ÇINAR ALTINTAŞ F.
Journal of Service Science, vol.2, no.1, pp.55-80, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIX. **Always on mobile phone behaviour impulsive and postmodern consumers**
ALTINTAŞ M. H., GÜRSAKAL N., KAUFMANN H. R., VRONTIS D., KURTULMUŞOĞLU F. B.
International Journal of Technology Marketing, vol.5, no.4, pp.328-344, 2010 (Scopus)
- XXX. **Parent adolescent interaction and the family s effect on adolescent TV skepticism an empirical analysis with Turkish consumers**
KURTULMUŞOĞLU F. B., ALTINTAŞ M. H.
Young Consumers, vol.11, no.1, pp.24-35, 2010 (Scopus)
- XXXI. **Moderating Effect of Feminist., Identity on Transformational Leadership and Sales Performance Relationship, Vol. X, No. 1.**

- ÇINAR ALTINTAŞ F., ALTINTAŞ M. H., IŞIN F. B., GÜRSAKAL N.
World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development,, no.1, 2010 (Scopus)
- XXXII. **Strategic Using of Private Labels : An Analysis from the Retailers Perspective in Turkey**
KILIÇ S., ALTINTAŞ M. H.
Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, vol.64, no.4, pp.153-173, 2009 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIII. **Phishing Attacks and Perceptions of Service Quality A Content Analysis of Internet Banking in Turkey**
ALTINTAŞ M. H., GÜRSAKAL N.
Journal of Internet Banking & Commerce, vol.12, no.2, pp.1-13, 2007 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIV. **Personal Values of American and European Marketing Educators A Comparative Analysis, JVol. 10, No.1.**
ALTINTAŞ M. H., ÇINAR ALTINTAŞ F., TOKOL A. T.
journal for Advancement of Marketing Education,, vol.10, no.1, 2007 (Scopus)
- XXXV. **İhracat İşletmelerinin Uluslararasılaşması Türkiye de Faaliyet Gösteren Kobi lere Yönelik Bir Araştırma**
ALTINTAŞ M. H., ÖZDEMİR E.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.6, no.1, pp.183-204, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXVI. **E-Ticaret Engellerinin E-Ticaret Kullanma Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Türkiye'deki İhracatçı KOBİ' ler Üzerinde Ampirik Bir Araştırma,**
Altıntaş M. H., Çınar Altıntaş F.
Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt 64, Sayı 4, 2006 ., vol.64, no.4, 2006 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **SİBER GÜVENLİK KAVRAMININ İŞLETMELER İÇİN ÖNEMİNİN İNCELENMESİ**
Seren N., Altıntaş M. H.
in: GÜNCEL YÖNETİM KONULARINDA ÇOKLU ALAN ÇÖZÜMLEMELERİ, Doç. Dr. Serdar Vural UYGUN, Editor, iksad publishing house, Ankara, pp.63-79, 2023
- II. **YAPAY ZEKA UYGULAMALARININ İŞLETMELERE YÖNELİK RAPORLAMA SİSTEMLERİNDE YARDIMCI ARAÇ OLARAK KULLANILMASI**
Seren N., Altıntaş M. H.
in: GÜNCEL YÖNETİM KONULARINDAÇOKLU ALAN ÇÖZÜMLEMELERİ, Doç. Dr. Serdar Vural UYGUN, Editor, iksad publishing house, Ankara, pp.3-17, 2023
- III. **Özel Markalı Ürünlerin Pazarlama Stratejileri**
KILIÇ S., ALTINTAŞ M. H.
Sistem Yayınları, İstanbul, 2010
- IV. **Tüketici Davranışları Müşteri Tatmininden Müşteri Değerine**
ALTINTAŞ M. H.
Alfa, 2000

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **MARKA SATIŞ RAKAMLARI İLE MÜŞTERİ TWITTER YORUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**
SEREN N., ALTINTAŞ M. H.
7. ULUSLARARASI 19 MAYIS YENİLİKÇİ BİLİMSEL YAKLAŞIMLAR KONGRESİ, Samsun, Turkey, 19 - 20 May 2022, pp.89-90
- II. **THE EFFECT OF PERSONALITY TRAITS, GENDER, AGE AND EXPERIENCE ON SALES PERFORMANCE**
İlhan E., Altıntaş M. H.

6. ULUSLARARASI GAP İŞLETME BİLİMLERİ VE EKONOMİ KONGRESİ, Şanlıurfa, Turkey, 26 - 27 June 2021, pp.74-75

- III. **The Effect of Salesperson Creativity on Sales Performance**
ÇINAR ALTINTAŞ F., ALTINTAŞ M. H.
Conference of the International Journal of Arts Sciences, 20 - 23 June 2017, vol.10
- IV. **Product Injuries and Consumers' Brand Evaluations**
AKHAN C. E., ALTINTAŞ M. H., KURTULMUŞOĞLU F. B.
Conference of the International Journal of Arts and Sciences, 20 - 23 June 2017, vol.10
- V. **Salesperson Voice Specifications, Trust and Purchase Intentions**
ALTINTAŞ M. H., AKHAN C. E., KURTULMUŞOĞLU F. B., DÜLGEROĞLU İ.
Conference of the International Journal of Arts and Sciences, Venedik, Italy, 20 - 23 June 2017, vol.10
- VI. **İnovasyon ve Pazarlama Alan yazınının gelişim çizgisinin belirlemeye yönelik çok boyutlu ölçekleme çalışması(1965-2016)**
KURTULMUŞOĞLU F. B., ALTINTAŞ M. H., ÇINAR ALTINTAŞ F.
22. PAZARLAMA KONGRESİ, Turkey, 28 - 30 September 2017
- VII. **A content analysis on humor types in print ads**
ALTINTAŞ M. H., AKHAN C. E.
International Journal of Arts & Sciences(IJAS) International Conference for Business and Economics, roma, Italy, 15 - 18 November 2016
- VIII. **TÜKETİCİLERİN YERLİ VE YABANCI ÜRÜNLERE YÖNELİK TUTUMLARI KOZMOPOLİT TÜKETİCİ TUTUMUNUN YÜKSEKÖĞRENİM GÖRMÜŞ BİREYLER ÜZERİNDEARAŞTIRILMASI**
AKHAN C. E., ALTINTAŞ M. H.
ISTEC, International Science and Technology Conference, 13 - 16 July 2016, pp.1128-1135
- IX. **Aile İşletmelerinde Çatışma Algısı, Aile Etkisi Ve Performans İlişkisi: Aile Üyesi Kadınlar Açısından Bir İnceleme, Tebliğ, İstanbul 18- 19 Nisan 2008.**
SABUNCUOĞLU M. Z., ÇINAR ALTINTAŞ F., ALTINTAŞ M. H.
Aile İşletmeleri Kongresi, İstanbul, Turkey, 18 - 19 April 2008

Metrics

Publication: 61

Citation (WoS): 35

Citation (Scopus): 52

H-Index (WoS): 4

H-Index (Scopus): 5