

**Prof. Dr. MURAT HAKAN  
ALTINTAŞ**



### **Kişisel Bilgiler**

**İş Telefonu:** [+90 224 294 1069](tel:+902242941069)

**E-posta:** [mhakan@uludag.edu.tr](mailto:mhakan@uludag.edu.tr)

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

### **Uluslararası Araştırmacı ID'leri**

ScholarID: zVY9iiEAAAJ

ORCID: 0000-0001-8517-0540

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

ScopusID: 24605177900

Yoksis Araştırmacı ID: 157971

### **Eğitim Bilgileri**

Doktora, Bursa Uludağ Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (Dr), Türkiye  
1995 - 1999

Yüksek Lisans, Bursa Uludağ Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (YI)  
(Tezli), Türkiye 1992 - 1995

Lisans, Bursa Uludağ Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İşletme  
Bölümü, Türkiye 1988 - 1992

### **Yabancı Diller**

İngilizce, B2 Orta Üstü

### **Yaptığı Tezler**

Doktora, Müşteri tatmininden müşteriye değer sağlama analizine doğru bir yapılanma ve bir analiz önerisi, 1999  
Yüksek Lisans, Emlak pazarlaması ve Bursa Bölgesi'nde bir uygulama, 1995

### **Araştırma Alanları**

Pazarlama

### **Akademik Unvanlar / Görevler**

Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME, 1992 - Devam Ediyor

### **Akademik İdari Deneyim**

## Verdiği Dersler

DİJİTAL PAZARLAMA, Yüksek Lisans, 2023 - 2024

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Lisans, 2023 - 2024

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Yüksek Lisans, 2023 - 2024

MÜŞTERİ DAVRANIŞI ANALİTİĞİ, Doktora, 2023 - 2024

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Lisans, 2023 - 2024

## Yönetilen Tezler

Altıntaş M. H., Satış elemanı ses özellikleri, tüketici işitsel algısı ve satın alma eğilimi arasındaki ilişkinin tüketici sinirbilimi bağlamında modellenmesi, Doktora, İ.TURAN(Öğrenci), 2024

Altıntaş M. H., İşletmeden müşteriye (B2C) e-ticaret alanına ilişkin bibliyometrik analiz, Yüksek Lisans, İ.SARIGÖL(Öğrenci), 2023

Altıntaş M. H., Marka kişiliğinin büyük veri kapsamında tüketici duygu analizi yöntemiyle belirlenmesi, Doktora, N.SEREN(Öğrenci), 2023

Altıntaş M. H., Kişisel satış sürecinde mizah kullanımının uyumlu satış ve satışperformansı ilişkisindeki aracılık rolü: emlak sektöründe bir uygulama, Doktora, Y.KOÇAK(Öğrenci), 2023

Altıntaş M. H., İhracat pazarlaması yazınına ilişkin bibliyometrik analiz, Yüksek Lisans, A.YALÇIN(Öğrenci), 2022

Altıntaş M. H., Akıllı tedarik zinciri yönetimi ve alan yazınına ilişkin bibliyometrik analiz, Yüksek Lisans, B.YALÇIN(Öğrenci), 2022

Altıntaş M. H., Tüketicilerin yöresel ürünlere yönelik tutumları: Öncül ve ardıllar bağlamında temel kavramsallaştırma, Doktora, C.EFECAN(Öğrenci), 2022

Altıntaş M. H., Uluslararasılaşma derecesinin ardılları üzerindeki etkisi: Bibliyometrik ve yapısal eşitlik temelli bir model önerisi, Doktora, İ.TANRIVERDİ(Öğrenci), 2021

Altıntaş M. H., Hizmet sektöründe personel motivasyon düzeyinin dış müşteri memnuniyeti üzerine etkisi ve beyaz eşya servis işletmesine yönelik bir uygulama, Doktora, Ü.İHSAN(Öğrenci), 2021

Altıntaş M. H., Dijital bankacılıkta müşteri deneyiminin öncüllerinin ve ardıllarının analizi, Doktora, G.ALKAÇ(Öğrenci), 2021

Altıntaş M. H., Satış elemanlarının kişilik özellikleri ve kişisel değerlerinin satış performansları üzerindeki etkisinin incelenmesi, Doktora, E.İLHAN(Öğrenci), 2021

Altıntaş M. H., Endüstriyel tüketicilerin satın alma kararları bağlamında tedarikçi seçim kriterleri: Türkiye'de endüstriyel yapılandırıcı sektörüne yönelik analiz, Doktora, R.STRUGO(Öğrenci), 2021

ALTINTAŞ M. H., Tüketicilerin yeşil ürünlere yönelik tutumları: Endonezya ve Türkiye arasında karşılaştırmalı bir çalışma, Yüksek Lisans, W.Septiani(Öğrenci), 2020

ALTINTAŞ M. H., Teknokentler ve girişimcilik ilişkisi üzerine bibliyometrik analiz çalışması, Yüksek Lisans, M.Emin(Öğrenci), 2020

ALTINTAŞ M. H., Lider-üye etkileşiminin satış elemanı yaratıcılığı üzerindeki etkisinin araştırılması, Yüksek Lisans, E.Kalemci(Öğrenci), 2020

ALTINTAŞ M. H., Yeni ürün olarak akıllı evler: Tüketicilerin satın alma niyetlerinin teknoloji kabul modeli çerçevesinde araştırılması, Doktora, E.Bektaş(Öğrenci), 2019

ALTINTAŞ M. H., Ukraynalı tüketicilerin Türk giyim perakendeci markalarına yönelik satın alma kararlarını etkileyen faktörlerin incelenmesi, Yüksek Lisans, M.Illiashenko(Öğrenci), 2019

ALTINTAŞ M. H., Akıllı telefonlarla mobil bankacılık uygulaması ve tüketici tatmin analizi, Yüksek Lisans, İ.Kadir(Öğrenci), 2018

Altıntaş M., Markalaşma sürecine tüketici temelli bir model önerisi, Doktora, O.Duman(Öğrenci), 2016

Altıntaş M. H., Yeni ürün olarak akıllı evler: Tüketicilerin satın alma niyetlerinin teknoloji kabul modeli çerçevesinde

araştırılması, Doktora, E.BEKTAŞ(Öğrenci), 2016

Altıntaş M., Tüketicilerin yerli ve yabancı ürünlere yönelik tutumları: Kozmopolit bakış açısına yönelik bir araştırma, Yüksek Lisans, C.Efecan(Öğrenci), 2015

ALTINTAŞ M. H., Satış gücü organizasyonunun kurgulanması ve yönetimi: Satış yöneticilerinin değerlendirmeleri üzerine nitel bir analiz, Yüksek Lisans, E.Demirbaş(Öğrenci), 2015

ALTINTAŞ M. H., Altıntaş H., Müşteri ilişkileri yönetimi ve Türkiye`deki oteller üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, M.Soyaslan(Öğrenci), 2006

Altıntaş M. H., Pazar bölümlendirilmesinde tüketici değerlerinin kullanımı ve blue jean sektöründe gençler üzerine bir uygulama, Yüksek Lisans, İ.DÜLGEROĞLU(Öğrenci), 2004

ALTINTAŞ M. H., Pazar bölümlendirmesinde tüketici değerlerinin kullanımı ve blue jean sektöründe genç nüfus üzerine bir uygulama, Yüksek Lisans, İ.Dülgeroğlu(Öğrenci), 2004

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

- 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, cilt.48, sa.2, ss.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, cilt.15, sa.34, ss.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, cilt.26, sa.1, ss.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, ,, cilt.23, sa.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, cilt.25, sa.4, ss.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, cilt.2, sa.1, ss.36-56, 2007 (SSCI)
- VII. **Politikada Pazarlama ve Politik Pazarlamada Yer Alan Konular Üzerine Genel Bir İnceleme**  
ALTINTAŞ M. H.  
Amme İdaresi Dergisi, cilt.34, sa.1, ss.33-50, 2001 (SSCI)

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Marka Kişiliğinin Büyük Veri Kapsamında Duygu Analizi Yöntemiyle Belirlenmesi: Hızlı Sonuç Almaya Odaklanmış Bir Uygulama**  
SEREN N., ALTINTAŞ M. H.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.15, sa.4, ss.2763-2779, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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 (Hakemli Dergi)

- III. **Examining of the Consumer Neuroscience Concept with Bibliometric Analysis Method**  
TURAN İ., ALTINTAŞ M. H.  
Uludağ Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.25, sa.46, ss.341-365, 2023 (Hakemli Dergi)
- IV. **Turizm İşletmelerinde Marka Kişiliğinin Duygu Analizi Yöntemiyle Belirlenmesi**  
SEREN N., ALTINTAŞ M. H.  
International Journal of Social Inquiry, cilt.16, sa.1, ss.229-254, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, sa.1, ss.72-84, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.8, sa.1, ss.17-57, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.1, sa.2, ss.130-149, 2022 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Örgütsel Yaratıcılık Kavramının Bibliyometrik Analiz Yöntemi ile İncelenmesi**  
Çınar Altıntaş F., Altıntaş M. H., Işın F. B.  
JOURNAL OF ACADEMIC VALUE STUDIES, cilt.8, sa.4, ss.348-361, 2022 (Hakemli Dergi)
- IX. **Curative Marketing Applied Smart City Design**  
Kaufmann H. R., Altıntaş M. H., Czinkota M.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT CASES, cilt.24, sa.4, ss.8-38, 2022 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.15, sa.2, ss.325-346, 2022 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.14, sa.2, 2021 (Hakemli Dergi)
- XII. **Hizmet Kalitesi Ve Servqual Ölçeği Literatürünün Bibliyometrik Analiz Yöntemiyle İncelenmesine Yönelik Bir Arastırma**  
Akhan C. E., Korkmaz Ü. İ., Strugo R., Altıntaş M. H.  
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, cilt.56, sa.1, ss.329-352, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.13, sa.2, ss.1856-1871, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.22, sa.2, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.12, sa.1, ss.349-360, 2020 (Hakemli Dergi)
- XVI. **İŞLETMELERİN İHRACAT PERFORMANSI: BİBLİYOMETRİK ANALİZ**  
TANRIVERDİ İ., ALTINTAŞ M. H.  
YÖNETİM VE EKONOMİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ, cilt.17, sa.3, ss.294-311, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.9, sa.4, ss.455-471, 2017 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Tüketici Temelli Markalaşmada Bir Model Önerisi**  
DUMAN D. O., ALTINTAŞ M. H.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF ACADEMIC VALUE STUDIES, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.5, sa.8, ss.40-54, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.8, sa.3, ss.611-626, 2017 (Hakemli Dergi)
- XXI. **The mediating effects of adaptive selling and commitment on the relationship between management control and sales performance**  
ÇINAR ALTINTAŞ F., Kurtulmusoglu F. B., ALTINTAŞ M. H., Kaufmann H., ALKIBAY S.  
EUROMED JOURNAL OF BUSINESS, cilt.12, sa.2, ss.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, cilt.18, sa.2, ss.103-114, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **Deviant customer behaviour a perceived classification**  
KURTULMUŞOĞLU F. B., ALTINTAŞ M. H., KAUFMANN H. R., ALKIBAY S.  
The marketing review, cilt.15, sa.4, ss.483-502, 2015 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.7, sa.4, ss.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, cilt.5, sa.2, ss.55-71, 2011 (Hakemli Dergi)
- XXVI. **Internationalization market forces and domestic sectoral institutionalization**  
ALTINTAŞ M. H., VRONTIS D., KAUFMANN H. R., ILAN A.  
European Business Review, cilt.23, sa.2, ss.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, cilt.38, sa.10, ss.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, cilt.2, sa.1, ss.55-80, 2010 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.5, sa.4, ss.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, cilt.11, sa.1, ss.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., İŞİN F. B., GÜRSAKAL N.

- World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development,, sa.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, cilt.64, sa.4, ss.153-173, 2009 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.12, sa.2, ss.1-13, 2007 (Hakemli Dergi)
- 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,, cilt.10, sa.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, cilt.6, sa.1, ss.183-204, 2006 (Hakemli Dergi)
- 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 ., cilt.64, sa.4, 2006 (Hakemli Dergi)

## Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **SİBER GÜVENLİK KAVRAMININ İŞLETMELER İÇİN ÖNEMİNİN İNCELENMESİ**  
Seren N., Altıntaş M. H.  
GÜNCEL YÖNETİM KONULARINDA ÇOKLU ALAN ÇÖZÜMLEMELERİ, Doç. Dr. Serdar Vural UYGUN, Editör, iksad publishing house, Ankara, ss.63-79, 2023
- II. **YAPAY ZEKA UYGULAMALARININ İŞLETMELERE YÖNELİK RAPORLAMA SİSTEMLERİNDE YARDIMCI ARAÇ OLARAK KULLANILMASI**  
Seren N., Altıntaş M. H.  
GÜNCEL YÖNETİM KONULARINDAÇOKLU ALAN ÇÖZÜMLEMELERİ, Doç. Dr. Serdar Vural UYGUN, Editör, iksad publishing house, Ankara, ss.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

## Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- 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, Türkiye, 19 - 20 Mayıs 2022, ss.89-90
- II. **KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE CİNSİYET, YAŞ VE TECRÜBENİN SATIŞ PERFORMANSINA ETKİSİ**  
İlhan E., Altıntaş M. H.  
6. ULUSLARARASI GAP İŞLETME BİLİMLERİ VE EKONOMİ KONGRESİ, Şanlıurfa, Türkiye, 26 - 27 Haziran 2021, ss.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 Haziran 2017, cilt.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 Haziran 2017, cilt.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, İtalya, 20 - 23 Haziran 2017, cilt.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, Türkiye, 28 - 30 Eylül 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, İtalya, 15 - 18 Kasım 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 Temmuz 2016, ss.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, Türkiye, 18 - 19 Nisan 2008

## **Metrikler**

Yayın: 61

Atf (WoS): 35

Atf (Scopus): 52

H-İndeks (WoS): 4

H-İndeks (Scopus): 5