



## 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.Illiasenko(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. 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)

### II. 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)

## 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. 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)

### VIII. 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)

- IX. **Tüketici Temelli Markalaşmada Bir Model Önerisi**  
DUMAN D. O., ALTINTAŞ M. H.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF ACADEMIC VALUE STUDIES, 2017 (Hakemli Dergi)
- X. **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)
- XI. **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)
- XII. **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, cilt.12, sa.2, ss.221-240, 2017 (ESCI)
- XIII. **The Classification of Bad Customers Based on Action and Character Spesific**  
KURTULMUŞOĞLU F. B., ALTINTAŞ M. H., KAUFMANN H. R., TALHA H., ALKIBAY S.  
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Journal of Economicsand Administrative Sciences, cilt.18, sa.2, ss.103-114, 2016 (Hakemli Dergi)
- XIV. **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)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

- I. **SİBER GÜVENLİK KAVRAMININ İŞLETMELER İÇİN ÖNEMİNİN İNCELENMESİ**  
SEREN N., ALTINTAŞ 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., ALTINTAŞ M. H.  
GÜNCEL YÖNETİM KONULARINDA ÇOKLU 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: 60

Atf (WoS): 35

Atf (Scopus): 50

H-İndeks (WoS): 4

H-İndeks (Scopus): 4