

**Prof. Dr. MURAT HAKAN
ALTINTAŞ**



Kişisel Bilgiler

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

E-posta: mhakan@uludag.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: [PXc0R1UAAAAJ](https://scholar.google.com/citations?user=PXc0R1UAAAAJ)

ORCID: [0000-0001-8517-0540](https://orcid.org/0000-0001-8517-0540)

Publons / Web Of Science ResearcherID: [AAG-7359-2021](https://publons.com/author/157971/AAG-7359-2021)

ScopusID: [24605177900](https://scopus.com/authid/detail.uri?authorId=24605177900)

Yoksis Araştırmacı ID: [157971](https://yoksis.uludag.edu.tr/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.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

ALTINTAŞ M. H., Kurtulmuşoğlu B. F., Kaufmann H. R., KILIÇ 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., Kurtulmuşoğlu 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. 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)

II. 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)

III. 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)

IV. Tüketici Temelli Markalaşmada Bir Model Önerisi

DUMAN D. O., ALTINTAŞ M. H.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ACADEMIC VALUE STUDIES, 2017 (Hakemli Dergi)

V. 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)

VI. The Effects of the Degree of Internationalization on Export Performance: A Research on Exporters in Turkey

ÖZDEMİR E., ALTINTAŞ M. H., KILIÇ S.
Business and Economics Research Journal/İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, cilt.8, sa.3, ss.611-626, 2017 (Hakemli Dergi)

VII. 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)

VIII. **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)

IX. **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

Atıf (WoS): 34

Atıf (Scopus): 45

H-İndeks (WoS): 4

H-İndeks (Scopus): 4