

Prof. CENGİZ YILMAZ

Personal Information

Email: ycengiz@metu.edu.tr

Education Information

Doctorate, Texas Tech University, Pazarlama, United States Of America 1995 - 1999

Foreign Languages

English, C1 Advanced

Academic Titles / Tasks

Professor, Middle East Technical University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Business Administration, 2010 - Continues

Professional Experience

Vice Rector, Abdullah Gül Üniversitesi, 2017 - Continues

Rector's Advisor, Abdullah Gül Üniversitesi, 2016 - Continues

Dean, Abdullah Gül Üniversitesi, 2015 - Continues

Head of Department, Middle East Technical University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Business Administration, 2013 - Continues

Deputy Head of Department, Boğaziçi Üniversitesi, 2003 - 2007

Advising Theses

YILMAZ C., Nation branding: Conceptual development, measurement and effects on the goodwill towards the nation, Post Graduate, B.TURHAN(Student), 2018

YILMAZ C., Hediyeleşme motivasyonları üzerine bir ölçek geliştirme: Kültürel ve durumsal karşılaştırma, Doctorate, V.DOĞAN(Student), 2017

YILMAZ C., Social media usage in politics: The framing effect and political involvement, Post Graduate, B.ÖZDEMİR(Student), 2016

YILMAZ C., Consumer evaluation of luxury brand extensions: The role of personal orientation, Post Graduate, S.GÜLSOY(Student), 2016

YILMAZ C., Post-experience evaluations of health services by Medicaltourists: The role of regulatory orientations, Post Graduate, C.TÜRKDOĞAN(Student), 2016

YILMAZ C., Understanding consumer innovativeness via theory of goal directed behavior: An investigation of factors affecting adoption of online games, Post Graduate, G.BAYBAŞ(Student), 2015

YILMAZ C., Hizmet işletmelerinde müşteri şikayet yönetimi kalitesi belirleyicileri ve işletme performansı, Doctorate, S.SÜREYYA(Student), 2015

YILMAZ C., The antecedents of private label product purchasing intentions: an experimental analysis, Post Graduate,

İ.GÜNGÖR(Student), 2013

YILMAZ C., Social media and word-of-mouth dispersion: Factors affecting likelihood of diffusion, Post Graduate, Z.SİNEM(Student), 2013

YILMAZ C., Categorization flexibility and schema incongruity effect on new product evaluations, Doctorate, P.YILDIRIM(Student), 2012

YILMAZ C., The influence of thinking style and mental construal on consistency of consumer preferences, Doctorate, A.ELİF(Student), 2012

YILMAZ C., A segmentation study of college students based on employer choice preferences, Post Graduate, S.EREL(Student), 2011

YILMAZ C., Effects of music on consumer memory, attitudes and time perception, Doctorate, B.URSAVAŞ(Student), 2011

YILMAZ C., Exploring drivers of success in push-type mobile marketing, Doctorate, K.VARNALI(Student), 2010

YILMAZ C., Marka yayma uygulamalarında tüketici risk algılarının rolü, Doctorate, G.TURHAN(Student), 2009

YILMAZ C., Çevreyi koruma iddiası içeren reklamların etkililiği: Mesaj belirginliği, ürün türü ve tüketici bilgi işleme tarzının etkilerini inceleyen deneysel bir araştırma, Doctorate, Ü.ALNIAÇIK(Student), 2009

YILMAZ C., Özdeşleşme, marka tutumu ve markaya yönelik davranışsal eğilimler: Futbol taraftarlığı üzerine bir inceleme, Doctorate, C.GİRAY(Student), 2008

YILMAZ C., Cultural orientations, environmental dimensions and firm performance: An integrated framework and empirical investigation, Doctorate, M.ÇAĞLA(Student), 2008

YILMAZ C., Örgütlerde kurumsallaşma ve Adaptif yeteneklerin pazarlama eylemlerine ve örgütsel performansa etkileri, Doctorate, F.APAYDIN(Student), 2007

YILMAZ C., Dağıtım kanallarında kanal üyelerinin rol performansını etkileyen etmenler üzerine bir inceleme, Doctorate, H.MURAT(Student), 2007

YILMAZ C., İlaç sektöründe satış ve pazarlama temsilcilerinin yaptığı promosyon çalışmalarının etkililiğinin belirlenmesi, Post Graduate, Y.AYTEKİN(Student), 2005

YILMAZ C., Yaşam tarzı ve değer yargılarına dayalı veri tabanlı tüketici bölümlendirme yöntemlerinin Türk tüketicileri için geliştirilmesine yönelik bir uygulama, Post Graduate, E.CEYLAN(Student), 2005

YILMAZ C., Marka yayma stratejisinde tutum transferini ve başarıyı etkileyen faktörler, Post Graduate, G.TURHAN(Student), 2005

YILMAZ C., Dağıtım kanallarında çatışma çözümü stratejileri, Post Graduate, U.ARAS(Student), 2003

YILMAZ C., Bilişim sektöründe pazar odaklılık, yenilik stratejileri ve yenilik kabiliyeti arasındaki ilişkiler ve bunların şirket performansı üzerindeki etkileri, Doctorate, G.AKMAN(Student), 2003

YILMAZ C., Dağıtım kanallarında etkileme stratejileri ve üretici firmalar açısından sonuçları, Post Graduate, N.UÇAR(Student), 2003

YILMAZ C., Dağıtım kanallarında bağımlılık olgusunun kanal üyeleri arasındaki uyumluluğa ve kanal sistemin performansına etkisi, Post Graduate, A.TİMOFEEV(Student), 2003

YILMAZ C., Karar verici ve tüketicinin farklı kişiler olduğu ürün gruplarında pazarlama dinamikleri: İlaç sektörü ve hekimler üzerine bir uygulama, Post Graduate, S.ÖZBAL(Student), 2002

YILMAZ C., Dağıtım kanallarında kontrol olgusu; Takip, gözlem ve diğer kontrol mekanizmalarının işbirliğine etkisi, Post Graduate, D.DEMİRKAN(Student), 2002

YILMAZ C., Üretim, pazarlama ve lojistik fonksiyonları arasındaki ilişkiler ve lojistik yönetimin önemi, Post Graduate, G.GEZGİN(Student), 2002

YILMAZ C., Takım çalışması: Takım çalışmasında işbirliğinin önemi ve öğrencilerin işbirliğini belirleyen bir saha araştırması, Post Graduate, M.MANASOV(Student), 2002

YILMAZ C., Hizmet kalitesinin ölçülmesi ve Ukrayna Havayolları`nda bir uygulama, Post Graduate, M.BEKİROV(Student), 2002

YILMAZ C., Müşteri memnuniyeti: Tanımı, teorik yaklaşımlar, sonuçları ve çabuk yiyecek (fastfood) sektöründe bir uygulama, Post Graduate, İ.ÖZGÜR(Student), 2002

YILMAZ C., Turizm işletmelerinde satış artırma çabaları, Post Graduate, A.CAN(Student), 2001

YILMAZ C., Dağıtım kanallarında lojistik performans, adalet algısı ve kanal üyesi, Doctorate, B.SEZEN(Student), 2001

Articles Published in Journals That Entered SCI, SSCI and AHCI Indexes

- **Cognitive and affective constituents of the consumption experience in retail service settings: effects on store loyalty**
Alan A. K. , Kabadayi E. T. , YILMAZ C.
SERVICE BUSINESS, vol.10, pp.715-735, 2016 (Journal Indexed in SSCI)
- **EXPANDING THE BOUNDARY OF BRAND EXTENSIONS THROUGH BRAND RELATIONSHIP QUALITY**
Arikan E., YILMAZ C., BODUR M.
JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS AND MANAGEMENT, vol.17, pp.930-944, 2016 (Journal Indexed in SSCI)
- **An asymmetric configural model approach for understanding complainer emotions and loyalty**
TARI KASNAKOĞLU B., YILMAZ C., VARNALI K.
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, vol.69, pp.3659-3672, 2016 (Journal Indexed in SSCI)
- **How do firms benefit from customer complaints?**
YILMAZ C., VARNALI K., TARI KASNAKOĞLU B.
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, vol.69, pp.944-955, 2016 (Journal Indexed in SSCI)
- **Predictors of attitudinal and behavioral outcomes in mobile advertising: A field experiment**
VARNALI K., YILMAZ C., Toker A.
ELECTRONIC COMMERCE RESEARCH AND APPLICATIONS, vol.11, pp.570-581, 2012 (Journal Indexed in SCI)
- **How does innovativeness yield superior firm performance? The role of marketing effectiveness**
Alpay G., Bodur M., YILMAZ C., Buyukbalci P.
INNOVATION-MANAGEMENT POLICY & PRACTICE, vol.14, pp.107-128, 2012 (Journal Indexed in SSCI)
- **Factors driving the political polarization process in Turkey: Relative effects of a number of determinants ranging from economic voting behavior to collective trauma effects**
YILMAZ C., Aygoren O., ÖZDEMİR Ö.
IKTISAT ISLETME VE FINANS, vol.27, pp.9-39, 2012 (Journal Indexed in SSCI)
- **THE EFFECTIVENESS OF GREEN ADVERTISING: INFLUENCES OF CLAIM SPECIFICITY, PRODUCT'S ENVIRONMENTAL RELEVANCE AND CONSUMERS' PRO-ENVIRONMENTAL ORIENTATION**
ALNIAÇIK Ü., YILMAZ C.
AMFITEATRU ECONOMIC, vol.14, pp.207-222, 2012 (Journal Indexed in SSCI)
- **Factors affecting risk mitigation revisited: the case of earthquake in Turkey**
ÖZDEMİR Ö., Yilmaz C.
JOURNAL OF RISK RESEARCH, vol.14, pp.17-46, 2011 (Journal Indexed in SSCI)
- **Source characteristics and advertising effectiveness The roles of message processing motivation and product category knowledge**
YILMAZ C., Telci E. E. , BODUR M., Iscioglu T. E.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVERTISING, vol.30, pp.889-915, 2011 (Journal Indexed in SSCI)

Articles Published in Other Journals

- **A Case Study of the Mediating Role of Innovation on the Relationship Between Environmental Uncertainty, Market Orientation, and Firm Performance**
UZKURT C., KİMZAN H. S. , YILMAZ C.
INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION AND TECHNOLOGY MANAGEMENT, vol.13, 2016 (Journal Indexed in ESCI)

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- **SPR2EP: A Semi-Supervised Spam Review Detection Framework**
Yilmaz C. M. , Durahim A. O.

IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM), Barcelona, Spain, 28 - 31 August 2018, pp.306-313

● **RELATIVE EFFECTS OF TRUST AND SERVICE QUALITY ASSESMENTS ON PERCEPTIONS OF RELATIONSHIP QUALITY IN INTERFIRM RELATIONS IN THE CONTEXT OF CONVENTIONAL DISTRIBUTION CHANNELS**

Yilmaz C., YILMAZ C.

20th International Scientific Conference on Economic and Social Development (ESD), Prague, Czech Republic, 27 - 28 April 2017, pp.546-553

● **UNDERSTANDING CHOICE BEHAVIOR IN POLITICAL MARKETING CONTEXT: A FAVORABLE VOTER RESPONSES MODEL**

Aygoren O., YILMAZ C.

Academy of Marketing Science, Monterrey, Mexico, 15 - 18 May 2013, pp.91-94

Citations

Total Citations (WOS):131

h-index (WOS):7