

Prof.Dr. CENGİZ YILMAZ

Kişisel Bilgiler

E-posta: ycengiz@metu.edu.tr

Eğitim Bilgileri

Doktora, Texas Tech University, Pazarlama, Amerika Birleşik Devletleri 1995 - 1999

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof.Dr., Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2010 - Devam Ediyor

Mesleki Deneyim

Rektör Yardımcısı, Abdullah Gül Üniversitesi, Rektörlük, 2017 - Devam Ediyor

Rektör Danışmanı, Abdullah Gül Üniversitesi, Rektörlük, 2016 - Devam Ediyor

Dekan, Abdullah Gül Üniversitesi, Yönetim Bilimleri Fakültesi, 2015 - Devam Ediyor

Bölüm Başkanı, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - Devam Ediyor

Bölüm Başkan Yardımcısı, Boğaziçi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2003 - 2007

Yönetilen Tezler

YILMAZ C., Nation branding: Conceptual development, measurement and effects on the goodwill towards the nation, Yüksek Lisans, B.TURHAN(Öğrenci), 2018

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

YILMAZ C., Social media usage in politics: The framing effect and political involvement, Yüksek Lisans, B.ÖZDEMİR(Öğrenci), 2016

YILMAZ C., Consumer evaluation of luxury brand extensions: The role of personal orientation, Yüksek Lisans, S.GÜLSOY(Öğrenci), 2016

YILMAZ C., Post-experience evaluations of health services by Medical tourists: The role of regulatory orientations, Yüksek Lisans, C.TÜRKDOĞAN(Öğrenci), 2016

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

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

YILMAZ C., The antecedents of private label product purchasing intentions: an experimental analysis, Yüksek Lisans, İ.GÜNGÖR(Öğrenci), 2013

YILMAZ C., Social media and word-of-mouth dispersion: Factors affecting likelihood of diffusion, Yüksek Lisans,

- Z.SİNEM(Öğrenci), 2013
- YILMAZ C., Categorization flexibility and schema incongruity effect on new product evaluations, Doktora, P.YILDIRIM(Öğrenci), 2012
- YILMAZ C., The influence of thinking style and mental construal on consistency of consumer preferences, Doktora, A.ELİF(Öğrenci), 2012
- YILMAZ C., A segmentation study of college students based on employer choice preferences, Yüksek Lisans, S.EREL(Öğrenci), 2011
- YILMAZ C., Effects of music on consumer memory, attitudes and time perception, Doktora, B.URSAVAŞ(Öğrenci), 2011
- YILMAZ C., Exploring drivers of success in push-type mobile marketing, Doktora, K.VARNALI(Öğrenci), 2010
- YILMAZ C., Marka yayma uygulamalarında tüketici risk algılarının rolü, Doktora, G.TURHAN(Öğrenci), 2009
- YILMAZ C., Çevreyi koruma iddiası içeren reklamların etkililiği: Mesaj belirginliği, ürün türü ve tüketici bilgi işleme tarzının etkilerini inceleyen deneysel bir araştırma, Doktora, Ü.ALNIAÇIK(Öğrenci), 2009
- YILMAZ C., Özdeşleşme, marka tutumu ve markaya yönelik davranışsal eğilimler: Futbol taraftarlığı üzerine bir inceleme, Doktora, C.GİRAY(Öğrenci), 2008
- YILMAZ C., Cultural orientations, environmental dimensions and firm performance: An integrated framework and empirical investigation, Doktora, M.ÇAĞLA(Öğrenci), 2008
- YILMAZ C., Örgütlerde kurumsallaşma ve Adaptif yeteneklerin pazarlama eylemlerine ve örgütsel performansa etkileri, Doktora, F.APAYDIN(Öğrenci), 2007
- YILMAZ C., Dağıtım kanallarında kanal üyelerinin rol performansını etkileyen etmenler üzerine bir inceleme, Doktora, H.MURAT(Öğrenci), 2007
- YILMAZ C., İlaç sektöründe satış ve pazarlama temsilcilerinin yaptığı promosyon çalışmalarının etkililiğinin belirlenmesi, Yüksek Lisans, Y.AYTEKİN(Öğrenci), 2005
- YILMAZ C., Yaşam tarzı ve değer yargılarına dayalı veri tabanlı tüketici bölümlendirme yöntemlerinin Türk tüketicileri için geliştirilmesine yönelik bir uygulama, Yüksek Lisans, E.CEYLAN(Öğrenci), 2005
- YILMAZ C., Marka yayma stratejisinde tutum transferini ve başarıyı etkileyen faktörler, Yüksek Lisans, G.TURHAN(Öğrenci), 2005
- YILMAZ C., Dağıtım kanallarında çatışma çözümü stratejileri, Yüksek Lisans, U.ARAS(Öğrenci), 2003
- YILMAZ C., Bilişim sektöründe pazar odaklılık, yenilik stratejileri ve yenilik kabiliyeti arasındaki ilişkiler ve bunların şirket performansı üzerindeki etkileri, Doktora, G.AKMAN(Öğrenci), 2003
- YILMAZ C., Dağıtım kanallarında etkileme stratejileri ve üretici firmalar açısından sonuçları, Yüksek Lisans, N.UÇAR(Öğrenci), 2003
- YILMAZ C., Dağıtım kanallarında bağımlılık olgusunun kanal üyeleri arasındaki uyumluluğa ve kanal sistemin performansına etkisi, Yüksek Lisans, A.TİMOFEEV(Öğrenci), 2003
- YILMAZ C., Karar verici ve tüketicinin farklı kişiler olduğu ürün gruplarında pazarlama dinamikleri: İlaç sektörü ve hekimler üzerine bir uygulama, Yüksek Lisans, S.ÖZBAL(Öğrenci), 2002
- YILMAZ C., Dağıtım kanallarında kontrol olgusu; Takip, gözlem ve diğer kontrol mekanizmalarının işbirliğine etkisi, Yüksek Lisans, D.DEMİRKAN(Öğrenci), 2002
- YILMAZ C., Üretim, pazarlama ve lojistik fonksiyonları arasındaki ilişkiler ve lojistik yönetimin önemi, Yüksek Lisans, G.GEZGİN(Öğrenci), 2002
- YILMAZ C., Takım çalışması: Takım çalışmasında işbirliğinin önemi ve öğrencilerin işbirliğini belirleyen bir saha araştırması, Yüksek Lisans, M.MANASOV(Öğrenci), 2002
- YILMAZ C., Hizmet kalitesinin ölçülmesi ve Ukrayna Havayolları'nda bir uygulama, Yüksek Lisans, M.BEKİROV(Öğrenci), 2002
- YILMAZ C., Müşteri memnuniyeti: Tanımı, teorik yaklaşımlar, sonuçları ve çabuk yiyecek (fastfood) sektöründe bir uygulama, Yüksek Lisans, İ.ÖZGÜR(Öğrenci), 2002
- YILMAZ C., Turizm işletmelerinde satış artırma çabaları, Yüksek Lisans, A.CAN(Öğrenci), 2001
- YILMAZ C., Dağıtım kanallarında lojistik performans, adalet algısı ve kanal üyesi, Doktora, B.SEZEN(Öğrenci), 2001

- **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, cilt.10, ss.715-735, 2016 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **EXPANDING THE BOUNDARY OF BRAND EXTENSIONS THROUGH BRAND RELATIONSHIP QUALITY**
Arikan E., YILMAZ C., BODUR M.
JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS AND MANAGEMENT, cilt.17, ss.930-944, 2016 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **An asymmetric configural model approach for understanding complainer emotions and loyalty**
TARI KASNAKOĞLU B., YILMAZ C., VARNALI K.
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, cilt.69, ss.3659-3672, 2016 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **How do firms benefit from customer complaints?**
YILMAZ C., VARNALI K., TARI KASNAKOĞLU B.
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, cilt.69, ss.944-955, 2016 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **Predictors of attitudinal and behavioral outcomes in mobile advertising: A field experiment**
VARNALI K., YILMAZ C., Toker A.
ELECTRONIC COMMERCE RESEARCH AND APPLICATIONS, cilt.11, ss.570-581, 2012 (SCI İndekslerine Giren Dergi)
- **How does innovativeness yield superior firm performance? The role of marketing effectiveness**
Alpay G., Bodur M., YILMAZ C., Buyukbalci P.
INNOVATION-MANAGEMENT POLICY & PRACTICE, cilt.14, ss.107-128, 2012 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **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, cilt.27, ss.9-39, 2012 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **THE EFFECTIVENESS OF GREEN ADVERTISING: INFLUENCES OF CLAIM SPECIFICITY, PRODUCT'S ENVIRONMENTAL RELEVANCE AND CONSUMERS' PRO-ENVIRONMENTAL ORIENTATION**
ALNIAÇIK Ü., YILMAZ C.
AMFITEATRU ECONOMIC, cilt.14, ss.207-222, 2012 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **Factors affecting risk mitigation revisited: the case of earthquake in Turkey**
ÖZDEMİR Ö., Yılmaz C.
JOURNAL OF RISK RESEARCH, cilt.14, ss.17-46, 2011 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- **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, cilt.30, ss.889-915, 2011 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- **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, cilt.13, 2016 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- **SPR2EP: A Semi-Supervised Spam Review Detection Framework**
Yılmaz C. M. , Durahim A. O.
IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM), Barcelona, İspanya, 28 - 31 Ağustos 2018, ss.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, Çek Cumhuriyeti, 27 - 28 Nisan 2017, ss.546-553

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

Aygoren O., YILMAZ C.

Academy of Marketing Science, Monterrey, Meksika, 15 - 18 Mayıs 2013, ss.91-94

Atıflar

Toplam Atıf Sayısı (WOS):131

h-indeksi (WOS):7