

Prof. Dr. CENGİZ YILMAZ

Kişisel Bilgiler

E-posta: ycengiz@metu.edu.tr

Web: <https://avesis.metu.edu.tr/ycengiz>

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

Akademik İdari Deneyim

Abdullah Gül Üniversitesi, Rektörlük, 2017 - Devam Ediyor

Abdullah Gül Üniversitesi, Rektörlük, 2016 - Devam Ediyor

Abdullah Gül Üniversitesi, Fransız Dili Eğitimi Anabilim Dalı, 2015 - Devam Ediyor

Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - Devam Ediyor

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

Yönetilen Tezler

YILMAZ C., Gerilla reklamlamanın tüketicinin reklam tutumu ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi: bilinen markalar üzerine bir çalışma., Yüksek Lisans, S.Yiğit(Öğrenci), 2019

YILMAZ C., Deneysel pazarlama araç ve mesajları ile yaratılan olumlu müşteri deneyimlerinin müşteri sadakati üzerine etkisi, Yüksek Lisans, O.Herdem(Öğrenci), 2019

YILMAZ C., Satış promosyonlarının etkinliğinin incelenmesinde zaman kısıtı ve indirim oranının etkisi:marka değeri ve algılanan lükslüğü rolü., Yüksek Lisans, E.Ceren(Öğrenci), 2019

YILMAZ C., Ülkelerin markalaşması: kavramsal gelişim, ölçüm ve ülkeye karşı iyi niyete etkileri., Yüksek Lisans, B.Turhan(Öğrenci), 2018

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., Post-experience evaluations ofhealth services by Medicaltourists: The role of regulatory orientations, Yüksek Lisans, C.TÜRKDOĞAN(Öğrenci), 2016

YILMAZ C., Consumer evaluation of luxury brand extensions: The role of personal orientation, Yüksek Lisans,

S.GÜLSOY(Öğrenci), 2016

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

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

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., Social media and word-of-mouth dispersion: Factors affecting likelihood of diffusion, Yüksek Lisans, Z.SİNEM(Öğrenci), 2013

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

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

YILMAZ C., Categorization flexibility and schema incongruity effect on new product evaluations, Doktora, P.YILDIRIM(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., Marka yayma stratejisinde tutum transferini ve başarıyı etkileyen faktörler, Yüksek Lisans, G.TURHAN(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., 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., 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., 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., Müşteri memnuniyeti: Tanımı, teorik yaklaşımlar, sonuçları ve çabuk yiyecek (fastfood) sektöründe bir uygulama, Yüksek Lisans, İ.ÖZGÜR(Öğrenci), 2002
YILMAZ C., Dağıtım kanallarında lojistik performans, adalet algısı ve kanal üyesi, Doktora, B.SEZEN(Öğrenci), 2001
YILMAZ C., Turizm işletmelerinde satış artırma çabaları, Yüksek Lisans, A.CAN(Öğrenci), 2001

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **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, sa.4, ss.715-735, 2016 (SSCI)
- II. **EXPANDING THE BOUNDARY OF BRAND EXTENSIONS THROUGH BRAND RELATIONSHIP QUALITY**
Arikan E., YILMAZ C., BODUR M.
JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS AND MANAGEMENT, cilt.17, sa.6, ss.930-944, 2016 (SSCI)
- III. **An asymmetric configural model approach for understanding complainer emotions and loyalty**
TARI KASNAKOĞLU B., YILMAZ C., VARNALI K.
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, cilt.69, sa.9, ss.3659-3672, 2016 (SSCI)
- IV. **How do firms benefit from customer complaints?**
YILMAZ C., VARNALI K., TARI KASNAKOĞLU B.
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, cilt.69, sa.2, ss.944-955, 2016 (SSCI)
- V. **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, sa.6, ss.570-581, 2012 (SCI-Expanded)
- VI. **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, sa.1, ss.107-128, 2012 (SSCI)
- VII. **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, sa.311, ss.9-39, 2012 (SSCI)
- VIII. **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, sa.31, ss.207-222, 2012 (SSCI)
- IX. **Factors affecting risk mitigation revisited: the case of earthquake in Turkey**
Özdemir Ö., Yılmaz C.
JOURNAL OF RISK RESEARCH, cilt.14, sa.1, ss.17-46, 2011 (SSCI)
- X. **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, sa.5, ss.889-915, 2011 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Effects of Customer Complaint Management Quality on Business Performance in Service Businesses: An Application in Turkish Banking Sector**
BENGÜL S. S., YILMAZ C.

- Boğaziçi Journal, cilt.32, sa.2, ss.77-100, 2018 (Scopus)
- II. **Katılım Düzeyi Seçenek Sayısının İncelenmesi: Optimal Katılım Düzeyi Seçenek Sayısına İlişkin Bir Çıkarım - Analysis Of The Point Scale Range: An Inference On Optimal Point Scale Range**
DOĞAN V., ÖZKARA B. Y., YILMAZ C., TORLAK Ö.
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.9, sa.1, ss.464-484, 2017 (Hakemli Dergi)
- III. **YÖNETİM BİLİMLERİ VE PAZARLAMA ALANINDA BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLERİN KARŞILAŞTIRILMASI VE BASTIRICI ETKİ TESPİTİ**
DOĞAN V., YILMAZ C.
Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, cilt.13, sa.2, 2017 (Hakemli Dergi)
- IV. **Katılım Düzeyi Seçenek Sayısının İncelenmesi: Optimal Katılım Düzeyi Seçenek Sayısına İlişkin Bir Çıkarım**
DOĞAN V., ÖZKARA B. Y., YILMAZ C., TORLAK Ö.
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.9, sa.1, ss.464-484, 2017 (Hakemli Dergi)
- V. **A Case Study of the Mediating Role of Innovation on the Relationship Between Environmental Uncertainty, Market Orientation, and Firm Performance**
UZKURT C., KİM ZAN H. S., YILMAZ C.
INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION AND TECHNOLOGY MANAGEMENT, cilt.13, sa.6, 2016 (ESCI)
- VI. **Innovative Capability Innovation Strategy and Market Orientation An Empirical Analysis in Turkish Software Industry**
AKMAN G., YILMAZ C.
International Journal of Innovation Management, ss.69-111, 2008 (Scopus)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Understanding Choice Behavior in Political Marketing Context: A Favorable Voter Response Model**
AYGÖREN O., YILMAZ C.
Ideas in Marketing, Krzysztof Kubacki, Editör, Springer International Publishing, ss.91-94, 2015
- II. **Mobile Marketing Fundamentals and Strategy**
VARNALI K., TOKER A., YILMAZ C.
McGraw-Hill, 2011

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **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, İspanya, 28 - 31 Ağustos 2018, ss.306-313
- II. **Why Do People Give Gifts?: Gift-Giving Motivations Scale Development and cross Cultural Validation**
DOĞAN V., Bagozzi R. P., YILMAZ C.
AMA Summer Academic Conference, Boston, Amerika Birleşik Devletleri, 10 - 12 Ağustos 2018, cilt.29, ss.13-15
- III. **Reputation and Attraction: How Can Young Universities Appeal**
YILMAZ C.
Times Higher Education Young Universities Summit, Florida tampa, 5 - 07 Haziran 2018
- IV. **Youth Employment Policies**
YILMAZ C.
International Symposium on Youth Employment Challenges, Kayseri, Türkiye, 27 Şubat - 01 Mart 2018
- V. **The mediating effect of psychological ownership on person-organization fit and turnover intention : The Turkey private sector case**
YILMAZ C., ELÇİ M., Erzengin E.

The 7th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management Conference, Marmaris, Turkey, 9 - 11 Kasım 2017

- VI. **Küresel Rekabet ve Yenilikçi Türkiye: Girişimcilik Ekosistemiyle fark Yaratmak**
YILMAZ C.
Girişimcilik Zirvesi, Kocaeli, Türkiye, 3 - 06 Mayıs 2017
- VII. **RELATIVE EFFECTS OF TRUST AND SERVICE QUALITY ASSESMENTS ON PERCEPTIONS OF RELATIONSHIP QUALITY IN INTERFIRM RELATIONS IN THE CONTEXT OF CONVENTIONAL DISTRIBUTION CHANNELS**
Yılmaz C., YILMAZ C.
20th International Scientific Conference on Economic and Social Development (ESD), Prague, Çek Cumhuriyeti, 27 - 28 Nisan 2017, ss.546-553
- VIII. **Pazarlama Bilgisi Üretiminde Nicel Nitel Araştırma Ayrımı Olmalı mı Olmamalı mı**
YILMAZ C.
21. Pazarlama kongresi, Kütahya, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2016
- IX. **Challenges and Opportunities for Business schools in Eurasia**
YILMAZ C.
Maastricht School of Business Research Conference- The Rise of Eurasia: New Perspectives on East-West Business and Economic Relations, Maastricht, Hollanda, 8 - 09 Eylül 2016
- X. **Turizmde Kriz Yönetimi**
YILMAZ C.
Erciyes Üniv. Turizm Fakültesi 10. Geleneksel Turizm Paneli, Kayseri, Türkiye, 20 Nisan 2016
- XI. **A Historical Approach to Marketing from Anatolia Akhi Organizations**
ERDOĞAN B. Z., torlak ö., YILMAZ C., İŞLEK M. S.
17th 2015 Biennial Conference on Historical Analyses and Research in Marketing, Long Beach California, Amerika Birleşik Devletleri, 28 - 31 Mayıs 2015
- XII. **Specific Emotions and Explicit Content in Customer Complaints Implications for Predicting Customer Loyalty**
TARI KASNAKOĞLU B., YILMAZ C., VARNALI K., TERZİ H.
5th EMAC Regional Conference, Katowice, Polonya, 24 - 26 Eylül 2014
- XIII. **Customer Complaint Handling in Social Media A Justice Theory Approach**
VARNALI K., YILMAZ C., TARI KASNAKOĞLU B., TERZİ H.
5th EMAC Regional Conference, Katowice, Polonya, 24 - 26 Eylül 2014
- XIV. **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

Metrikler

Yayın: 35

Atf (WoS): 222

Atf (Scopus): 150

H-İndeks (WoS): 8

H-İndeks (Scopus): 6