



HATICE ANIL DEĞERMEN

ASST. PROF.

Email : degermen@istanbul.edu.tr

Office Phone : [+90 212 440 0000](tel:+902124400000) Extension: 11614

Office Phone : [+90 212 440 0000](tel:+902124400000) Extension: 11776

Address : İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İşletme

Bölümü Üretim Yönetimi ve Pazarlama A.B.D. Beyazıt/Eminönü

İSTANBUL

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0003-4799-9619

Publons / Web Of Science ResearcherID: AAD-8007-2020

Yoksis Researcher ID: 203613



Learning Knowledge

Doctorate 1998 - 2004	Istanbul University, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı İşletme Bilim Dalı , Turkey
Postgraduate 1996 - 1998	Istanbul University, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Uluslararası İşletmecilik Yüksek Lisans Programı, Turkey
Undergraduate 1989 - 1994	Istanbul University, Faculty Of Economics, İngilizce İktisat Bölümü, Turkey

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Certificates, Courses and Trainings

Education Management and Planning, Uzaktan Eğitim Hizmet İçi Sertifika Programı, İstanbul Üniversitesi, 2014

Other, Girişimcilik Sertifika Programı, KOSGEP, 2013

Dissertations

Doctorate, Hizmet Kalitesi ile Müşteri Sadakatinin Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama , İstanbul University, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı İşletme Bilim Dalı , 2004

Postgraduate, Kar Amacı Olmayan Organizasyonlarda Pazarlama Ve Bir Uygulama, İstanbul University, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İşletmecilik Yüksek Lisans Programı, 1998

Academic Titles / Tasks

Assistant Professor
2018 - Continues

Istanbul University, Faculty of Economics, Department of Business Administration

Assistant Professor
2009 - 2018

Istanbul University, Faculty of Economics, Department of Business Administration

Research Assistant
1998 - 2009

Istanbul University, Faculty of Economics, Department of Business Administration

Jury Memberships

Doctorate, Tez savunma, İstanbul Üniversitesi, May, 2017

Doctorate, Tez savunma, İstanbul üniversitesi, July, 2016

Post Graduate, Tez savunma, İstanbul üniversitesi, February, 2016

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- Tüketicilerin Yabancı Cep Telefonu Markalarını Yeniden Satın Alma Niyetleri Üzerinde ve Kurumsal İmajın etkisi**
DEĞERMEN H. A., DOĞAN E., Noyan A. G.
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED), vol.34, no.2, pp.101-124, 2017 (SCI-Expanded)
- Toplam Kalite Yönetiminin İç ve Dış Müşterilerin Performans Değerlendirmesi Üzerine Etkisi**
KAZAN H., DEĞERMEN H. A., Gökçenur Yurtman G.
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları, vol.15, no.1, pp.43-65, 2017 (SCI-Expanded)
- Hizmet Personelinin Müşteri Odaklı Davranışlarının Müşterilerin Algılamaları Üzerindeki Etkisinin Saptanmasına Yönelik Bir Araştırma**
DEĞERMEN ERENKOL H. A.
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, vol.8, no.30, pp.185-193, 2008 (SSCI)

Articles Published in Other Journals

- THE ROLE AND EFFECTIVENESS OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN CREATING AN EMPLOYER BRAND: THE EXAMPLE OF FAST CONSUMING RETAILING**
DEĞERMEN ERENKOL H. A., Mohammadabbasi M.
Doğuş Üniversitesi Dergisi, vol.24, no.2, pp.221-241, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- Duyusal Markalamanın Marka Farkındalığı Üzerine Etkisi**
DEĞERMEN H. A.
Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi, vol.11, pp.16-36, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- Corporate Social Responsibility and Consumers' Perceptions of Social Responsibility Activities**
DOĞAN E., DEĞERMEN H. A.
Eurasian Academy of Sciences Eurasian Business Economics Journal, vol.2, no.2, pp.625-647, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- Women Entrepreneurship and Microfinance in Turkey**
ÇAK D., DEĞERMEN ERENKOL H. A.
Eurasian Academy of Sciences, Eurasian Business & Economics Journal, vol.2, no.8, pp.93-105, 2015 (Peer-

Reviewed Journal)

5. **Sensory Marketing**

DEĞERMEN ERENKOL H. A., Ak M.

Journal of Administrative Sciences and Policy Studies, vol.3, pp.1-26, 2015 (Peer-Reviewed Journal)

6. **Women Entrepreneurship an Microfinance in Turkey**

ÇAK D., DEĞERMEN H. A.

Eurasian Academy of Sciences, Eurasian Business & Economic Journal, vol.2, no.8, pp.93-105, 2015 (Peer-Reviewed Journal)

7. **An Analysis of the Relationship Between Socio-Demographic and Economic Statues of the Employees of Istanbul University, Faculty of Economics and Their Purchasing Decision Criteria**

DEĞERMEN ERENKOL H. A., YAŞAR AKÇALI B.

The Business Review Cambridge, vol.22, pp.76-87, 2014 (Peer-Reviewed Journal)

8. **Customers' Perceived Brand Equity and a Research on the Customers of Bellona Which is a Turkish Furniture Brand**

DEĞERMEN ERENKOL H. A., Duygun A.

The Journal of American Academy of Business, vol.16, pp.93-109, 2010 (Peer-Reviewed Journal)

9. **Hizmet Kalitesi Ölçümünde Kullanılan SERVQUAL Modelinin Zayıf Olduğu İleri Sürülen Teorik ve Uygulama Yönlerine Yönelik Olarak Yapılan Değerlendirmeler**

DEĞERMEN ERENKOL H. A.

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, no.48, pp.72-86, 2005 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

1. **Cause Related Marketing**

DEĞERMEN H. A.

in: Emerging Trend in Business: An Interdisciplinary Approach, Kazan, H; Baykal, M., Editor, Peter Lang Publishing, Inc., Frankfurt, pp.77-90, 2017

2. **Turistik Ürün Satın Alma Sürecinde Değerleme Döngülü Pazarlama**

DEĞERMEN ERENKOL H. A.

in: Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında 7P ve 7C, Cevdet Avcıkurt, Şehnaz Demirkol, Burhanettin Zengin, Editor, Değişim Yayınevi, İstanbul, pp.351-369, 2009

3. **Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakat**

DEĞERMEN ERENKOL H. A.

Türkmen Kitapevi, İstanbul, 2006

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

1. **A Research on Entrepreneurship Tendencies of University Students: A Research Study of Istanbul University Faculty of Economics**

Kazan H., Yolaç S., Değermen H. A.

6th Economic Research and Financial Market Congress with International Partipication, Konya, Turkey, 12 - 14 May 2022, pp.13

2. **Bakım Kartlarından Üreyen Rutin Olmayan İşlerin Adam Saat Tahmini: Türk Hava Yolları Teknik Üzerinde Bir Uygulama**

AVUNDUK Z. B., KAZAN H., DEĞERMEN H. A.

III. International Applied Social Sciences Congress (C-IASOS – 2019), İzmir, Turkey, 4 - 06 April 2019, pp.1

3. **Entrepreneurship in the Ottoman Empire**

DEĞERMEN H. A.

IBAC 8th International Balkan Annual Conference, Zagreb, Croatia, 26 - 28 September 2018

4. **Tüketici Hayat Tarzının Hedonik Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkileri**

DEĞERMEN H. A.

International Conference on Empirical Economics and Social Sciences, Balıkesir, Turkey, 27 - 28 June 2018

5. **Marka İletişiminde Hikayeletirmenin Marka Bağlılığına Olan Etkisi**

KAZAN H., DEĞERMEN H. A.

International Conference on Empirical Economics and Social Sciences, Balıkesir, Turkey, 27 - 28 June 2018

6. **Sosyal Girişimciliğin Sürdürülebilir Gelişme Üzerindeki Etkisi**

DEĞERMEN H. A., DOĞAN E.

International EMI Entrepreneurship Socail Sciences Congress, Lefkoşa, Cyprus (Kkct), 27 - 29 April 2018, pp.146

7. **Strategic Entrepreneurship**

DEĞERMEN H. A., DOĞAN E.

II.European Congress on Economic Issues, Kocaeli, Turkey, 16 - 18 November 2017, no.10, pp.114

8. **A Comprehensive Review on the Role of Marketing Innovation in a Sustainable Competitive Advantage**

BOYDAK ÖZTAŞ Y. B., DEĞERMEN H. A., DOĞAN E.

International Conference on Global Competition Innovation Management, İstanbul, Turkey, 9 - 11 November 2017, pp.96

9. **Entrepreneurial Brand**

DEĞERMEN ERENKOL H. A.

World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, İstanbul, Turkey, 28 - 30 May 2015, vol.195, pp.1138-1145

10. **Sponsorship As a Communication Tool and Its Advantages**

DEĞERMEN ERENKOL H. A.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 7.Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Bildiriler Kitabı, Çanakkale, Turkey, 3 - 05 December 2010, pp.342-359

Academic and Administrative Experience

2015 - 2018	Deputy Head of Department	İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme
-------------	---------------------------	---

Advising Theses

DEĞERMEN H. A., REKABET ORTAMINDA MÜŞTERİ ODAKLILIĞIN KOBİ'LERİN PERFORMANSINA ETKİLERİ, Postgraduate, D.SULTANOVA(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., MÜŞTERİ GRUPLARI TEMELLİ DİNAMİK FİYATLANDIRMANIN MÜŞTERİ ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE'DE PERAKENDE SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Postgraduate, D.KOLSUZ(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., İNTERNET ÜZERİNDEN ALIŞVERİŞ YAPAN TÜKETİCİLERİ YÖNLENDİREN PAZARLAMA UYGULAMALARI, Postgraduate, B.TÜRKAY(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., SATIŞ GELİŞTİRME VE FUARCILIK VE TÜRKİYE'DEKİ BEAUTY EUROSİA ULUSLARARASI KOZMETİK FUARI ÖRNEĞİ, Postgraduate, B.İNDİGARANOVA(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., Belirlenmedi, Doctorate, H.SÖNMEZ(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., MÜŞTERİ TATMİNİ VE SADAKATİ: VERİ MADENCİLİĞİ UYGULAMASI, Postgraduate, S.OKBAY(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA ve BU İLETİŞİME İHTİYAÇ DUYULMA NEDENLERİ, Postgraduate, S.TAMTÜRK(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., SOSYO-KÜLTÜREL FAKTÖRLERİN MÜŞTERİ SADAKATİ VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ

ETKİLERİ: ORGANİK GIDA SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Postgraduate, M.UZAKOVA(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., MARKA YÖNETİMİ VE TÜKETİCİ TERCİHLERİ İLİŞKİSİ: SERAMİK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Postgraduate, Y.YELEKİN(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., İNOVASYON VE REKABET İLİŞKİSİ: HAVACILIK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Postgraduate, E.ŞENGÜL(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI VE VİRAL PAZARLAMA, Postgraduate, S.İŞÇİ(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., DUYUSAL MARKALAMANIN MARKA DEĞERİNE ETKİSİ VE BİR ARAŞTIRMA, Doctorate, A.KILIÇ(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., MARKA DEĞERİ ve BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Postgraduate, A.KORALTÜRK(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., TEDARİK ZİNCİ YÖNETİMİNDE SENKRONİZASYON:NETLOG LOJİSTİK HİZMETLERİ ÖRNEĞİ, Postgraduate, F.ŞİMŞEK(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., DİJİTAL İÇERİK PAZARLAMA VE DİJİTAL İÇERİK PAZARLAMA UYGULAMALARININ TÜKETİCİ ALGILAMALARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: BOYA-KİMYA SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Postgraduate, N.ABBASOV(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., Belirlenmedi, Postgraduate, İ.ALKAN(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., BAYİ YÖNETİMİ VE BAYİ PERFORMANSI ÜZERİNDE SATIŞ PRİM TEŞVİK UYGULAMALARININ ETKİSİ: LASTİK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Postgraduate, M.ATILMIŞ(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., Belirlenmedi, Postgraduate, H.DEMİROĞLU(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI: MODA SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI, Postgraduate, B.ARDIÇ(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., Belirlenmedi, Postgraduate, F.DEMİRTAŞ(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., TEDARİKÇİ FİRMA İTİBARININ ENDÜSTRİYEL MÜŞTERİNİN ALGILADIĞI DEĞER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: İZMİR İLİNDE BİR ARAŞTIRMA, Doctorate, M.AK(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., AMACA YÖNELİK PAZARLAMAMANIN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİR UYGULAMA, Postgraduate, Ş.GÜNDÜZ(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., Belirlenmedi, Postgraduate, R.ZEYNALLI(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., HİZMET KALİTESİ VE MÜŞTERİ TATMİNİ VE BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Postgraduate, Ç.CEYLAN(Student), Continues

DEĞERMEN H. A., SOSYAL PAZARLAMA, Postgraduate, Y.ERŞAN(Student), 2018

DEĞERMEN H. A., Pazarlama Etiği, Postgraduate, D.COŞKUN(Student), 2018

DEĞERMEN H. A., Yeşil Pazarlama ve Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi, Postgraduate, S.GÜLBETEKİN(Student), 2018

DEĞERMEN H. A., E-Ticaretin Geleneksel Turizm Pazarlamasına Olan Etkisi, Postgraduate, P.YIKELAMU(Student), 2018

DEĞERMEN H. A., Etiğin Kurumsallaşması; Türkiye'de İş Etiği İle İlgili Kurumlar ve Kuruluşlar, Postgraduate, T.Çağrı(Student), 2018

DEĞERMEN H. A., Pazar Yönlülük ve İş Performansına Etkisi, Postgraduate, C.TEZEL(Student), 2018

DEĞERMEN H. A., Sosyal Medyada Eğitim Hizmetleri Pazarlaması: Bir Literatür Çalışması, Postgraduate, P.ERDOĞAN(Student), 2018

DEĞERMEN H. A., KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELERDE E-TİCARET KULLANIMI, E-TİCARETİN KOBİLERE OLUMLU VE OLUMSUZ ETKİLERİ, Postgraduate, Y.BEYHAN(Student), 2017

DEĞERMEN H. A., MOBİLYA SEKTÖRÜNDE LOJİSTİK VE TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ, Postgraduate, T.KIZILÖZ(Student), 2017

DEĞERMEN H. A., Pazarlamada Yeni Bir Yaklaşım Olarak Nöropazarlama, Postgraduate, M.KETEN(Student), 2017

DEĞERMEN H. A., Pazarlamada Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları ve Bunun Tüketici Algılamaları Üzerindeki Etkileri, Postgraduate, Y.Hakan(Student), 2017

DEĞERMEN H. A., İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Yıldız Holding Örneği, Postgraduate, M.YALMANCI(Student), 2017

DEĞERMEN H. A., Yiyecek İçecek İşletmelerinde Nöropazarlama, Postgraduate, V.AKKUŞ(Student), 2017

DEĞERMEN H. A., Açık Hava Reklamcılığının Satın Alma Kararına ve Marka Bilinirliğine Etkileri, Postgraduate,

İ.KAYAN(Student), 2017

DEĞERMEN H. A., Pazarlama'da Dijital Platformlar ve Sosyal Medya Reklamcılığı, Postgraduate, G.ÇELİKMAN(Student), 2017

DEĞERMEN H. A., Nöropazarlama Kapsamında Tüketicilerin Televizyon reklamlarına Gösterdikleri Duygulanımın ve Bilişsel Tepkilerin Değerlendirilmesi, Postgraduate, E.Ece(Student), 2017

DEĞERMEN H. A., İÇERİK MARKALAŞTIRMA STRATEJİSİ KAPSAMINDA SEÇİLEN PAZARLAMA KARMASI ELEMANLARININ MARKA DENKLİĞİNE ETKİSİ: İNTEL ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA, Postgraduate, B.CEBECİ(Student), 2012

Metrics

Publication: 25

Citation (Scopus): 1

H-Index (Scopus): 1

Congress and Symposium Activities

IBAC 8th International Balkan Annual Conference, Attendee, Zagreb, Croatia, 2018

International Conference on Empirical Economics and Social Sciences, Attendee, Balıkesir, Turkey, 2018

International Conference on Empirical Economics and Social Sciences, Attendee, Balıkesir, Turkey, 2018

International EMI Entrepreneurship Socail Sciences Congress, Attendee, Lefkoşa, Cyprus (Kktc), 2018

II.European Congress on Economic Issues, Attendee, Kocaeli, Turkey, 2017

International Conference on Global Competition Innovation Management, Attendee, İstanbul, Turkey, 2017

World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, Attendee, İstanbul, Turkey, 2015

7.Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Attendee, Çanakkale, Turkey, 2010

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing