Prof.Dr. AZRA BAYRAKTAR

Kişisel Bilgiler

E-posta: abayraktar@marmara.edu.tr
Web: https://avesis.marmara.edu.tr/abayraktar

Uluslararası Araştırmacı ID'leri
ScholarID: ArZ3k0wAAAAJ&hl
ORCID: 0000-0001-8215-6110
Yoksis Araştırmacı ID: 121355

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1998 - 2004
Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (Almanca), Türkiye 1995 - 1998
Lisans, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (Almanca), Türkiye 1994 - 1995

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü
Almanca, C1 İleri

Yaptığı Tezler

Doktora, Endüstriyel pazarlarda müşteri ilişkileri yönetim stratejilerinin uygulanması ve üretici firma ile satış personeline duyulan güven unsurunun gelecekteki satın alma kararına olan etkilerinin açıklanmasına yönelik yapı sektöründe bir uygulama, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce), 2004
Yüksek Lisans, Marketing in massanmedium internet, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü (Almanca), 1998

Araştırma Alanları

Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - Devam Ediyor
Yrd.Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2006 - Devam Ediyor
Öğretim Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2000 - 2007
Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 1996 - 1998

Yönetilen Tezler

BAYRAKTAR A., LOVEMARK KAVRAMININ MARKA SADAKATİNE ETKİSİNDE MARKA DENEYİMİNİN ŞARTLI DEĞİŞKEN ETKİSİ, Yüksek Lisans, C.ARSLAN(Öğrenci), 2019
BAYRAKTAR A., Ülke markası yönetimi perspektifinden marka menşei algısının ülkeye karşı tutum ve satın alma isteği üzerine etkisi ve bir araştırma, Doktora, A.Koçak(Öğrenci), 2019
BAYRAKTAR A., THE INFLUENCE OF CUSTOMER COMPLAINT MANAGEMENT ON BRAND IMAGE IN BUILDING CUSTOMER LOYALTY IN TELECOMMUNICATION SECTOR, Yüksek Lisans, Z.ACHILOVA(Öğrenci), 2019
BAYRAKTAR A., Alışverişçi pazarlama uygulamalarının mağaza sadakati ve alışverişçi temelli mağaza marka ederine etkisi : Ramazan dönemi bağlamında ampirik bir araştırma, Doktora, M.Toptaş(Öğrenci), 2019
BAYRAKTAR A., Sürdürülebilir marka yönetimi ve bir uygulama, Yüksek Lisans, K.Zişan(Öğrenci), 2019
BAYRAKTAR A., İnternette ve mağazada araştırma yapma sürecinin (webrooming ve showrooming) çoklu ve bütünleşik kanal stratejilerine etkisi ve bir araştırma, Yüksek Lisans, Y.Karakaş(Öğrenci), 2019
BAYRAKTAR A., The influence of customer complaint management on brand image in building customer loyalty in telecommunication sector, Yüksek Lisans, Z.Achilova(Öğrenci), 2019
BAYRAKTAR A., Güncel tüketici satın alma eğilimleri ile yabancı ürün satın alma niyeti arasındaki ilişkide fiyat algısının aracılık etkisi üzerine bir araştırma, Doktora, M.ÜNSALAN(Öğrenci), 2017
BAYRAKTAR A., Mobil pazarlama aracı olarak mobil uygulamalar ve üniversite öğrencilerinin mobil pazarlamaya karşı tutumu üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, A.KOÇAK(Öğrenci), 2013
BAYRAKTAR A., Infomercial reklamların ?tanıtıcı reklamların? satın almayı etkileyen faktörler açısından değerlendirilmesi, Yüksek Lisans, Ö.SUBAŞI(Öğrenci), 2011
BAYRAKTAR A., Perakendecilik sektöründe veri tabanlı pazarlama yolu ile çapraz satışların desteklenmesi ve bir uygulama, Yüksek Lisans, N.NURİYEV(Öğrenci), 2011
BAYRAKTAR A., Perakencilik sektöründe veri tabanlı pazarlama yolu ile çapraz satışların desteklenmesi ve bir uygulama, Yüksek Lisans, N.Nuriyev(Öğrenci), 2011
BAYRAKTAR A., İnternet üzerindeki paylaşım sitelerinin ve blogların tüketici davranışları üzerine etkisi, Yüksek Lisans, B.MERİÇ(Öğrenci), 2010
BAYRAKTAR A., Marka iletişim faaliyetlerinin genç tüketicilerin marka tercihlerine etkileri, G.Yılmaz(Öğrenci), 2009
BAYRAKTAR A., Reklamın finansal geri dönüşü ve bir örnek olay, Yüksek Lisans, F.AMİL(Öğrenci), 2009
BAYRAKTAR A., Marka iletişim faaliyetlerinin genç tüketicilerin marka tercihlerine etkileri; GSM sektöründe bir uygulama, Yüksek Lisans, G.YILMAZ(Öğrenci), 2009
BAYRAKTAR A., Türkiye'de organik tarımın desteklenmesi marka yatırım süreci ve kooperatifler için bir başarı modelinin önerilmesi, Yüksek Lisans, G.Özevin(Öğrenci), 2008
BAYRAKTAR A., Türkiye'de organik tarımın desteklenmesi marka yaratım süreci ve kooperatifler için bir başarı modelinin önerilmesi, Yüksek Lisans, G.ÖZEVİN(Öğrenci), 2008

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. **The Impact of Intrinsic Religiosity on Consumers' Ethical Beliefs: Does It Depend on the Type of Religion? A Comparison of Christian and Moslem Consumers in Germany and Turkey**
Schneider H., Krieger J., BAYRAKTAR A.
JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, cilt.102, sa.2, ss.319-332, 2011 (SSCI)
II. **The Impact of intrinsic religiosity on consumers'xx ethical beliefs: Does it depend on the type of religion?**
BAYRAKTAR A., SCHNEIDER H., JOHN K.
Journal of Business Ethics, 2011 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. **TÜKETİCİ İLGİLENİM VE ÜRÜN BİLGİ DÜZEYLERİNİN SATIN ALMA KARARLARI ÜZERİNDEKİ ROLÜNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA**

Bayraktar A., Pirtini S., Kandemir G.
Turkish Journal of Marketing, cilt.4, sa.2, ss.162-183, 2019 (Hakemli Dergi)

II. **Tüketici Etnosentrizminin Tüketici Fiyat Algısına Etkisi**
ÜNSALAN M., BAYRAKTAR A.
International Journal of Academic Value Studies (Javstudies JAVS), cilt.3, ss.258-272, 2017 (Hakemli Dergi)

III. **Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tüketicilerin Satın alma niyeti ile ilişkisi üzerine bir araştırma**
TÜRKMEN M., BAYRAKTAR A., PİRTİNİ S., BİLGEN İ.
Öneri, 2016 (Hakemli Dergi)

IV. **Reklamın Finansal Geri Dönüşü ve bir Örnek olay**
Gür F. A., BAYRAKTAR A.
Öneri, 2011 (Hakemli Dergi)

V. **Using RFID Technology for Simplification of Retail Processes, Designing and Deploying RFID Applications**
BAYRAKTAR A., YILMAZ E., YAMAK K. O.
Journal of Relationship Marketing, cilt.9, ss.30-42, 2010 (Scopus)

VI. **Implementation of RFID technology for the differentiation of loyalty programms**
YAMAK O., YILMAZ E., BAYRAKTAR A.
Journal of Relationship Marketing, 2010 (Scopus)

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. **Balanced Scorecard Modelinin Pazarlama Açısından Müşteri Boyutuna Getirdiği Yeniliklerin Değerlendirilmesi ve Bu Kapsamda Bir Şirket Uygulmasının İncelenmesi**
BAYRAKTAR A., CERİTOĞLU A. B., KELEMCİ G.
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 28 Haziran - 01 Temmuz 2009

II. **Implementation of Rfid Technology for The Differentiation Of Loyalty Programs**
BAYRAKTAR A., YILMAZ E.
7. European EIRASS Congress, San Francisco, 01 Haziran 2007 - 04 Haziran 2017

III. **Balanced Scorecard Modelinin Pazarlama Açısından Değerlendirilmesi ve Bu Kapsamda Bir Şirket Uygulamasının İncelenmesi**
BAYRAKTAR A., CERİTOĞLU A. B., KELEMCİ G.
6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 28 Haziran - 01 Temmuz 2001

Metrikler

Yayın: 13
Atıf (WoS): 68
Atıf (Scopus): 79
H-İndeks (WoS): 1
H-İndeks (Scopus): 2