

Prof. Dr. AYPAR USLU

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 216 445 5045](tel:+902164455045) Dahili: 1414

Fax Telefonu: [+90 216 405 2921](tel:+902164052921)

E-posta: auslu@marmara.edu.tr

Web: <https://avesis.marmara.edu.tr/auslu>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: oUqlk6gAAAAJ

ORCID: 0000-0002-6994-9367

Yoksis Araştırmacı ID: 7953

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (Dr), Türkiye 1988 - 1993

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (YI) (Tezli), Türkiye 1986 - 1988

Lisans, Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1982 - 1986

Yaptığı Tezler

Doktora, Uluslararası pazarlamada uluslararası stratejik birleşmelerin rolü ve önemi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (Dr), 1993

Yüksek Lisans, Uluslararası pazarlamada vadeli ihracatın rolü ve ihracatçının fiyatlama kararları üzerine etkisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (YI) (Tezli), 1988

Araştırma Alanları

Pazarlama, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi

Akademik İdari Deneyim

Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2010 - Devam Ediyor

Marmara Üniversitesi, Rektörlük, 2006 - 2010

Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 1999 - 2006

Marmara Üniversitesi, Rektörlük, 2002 - 2004

Verdiği Dersler

Reklamcılık, Lisans, 2019 - 2020

Pazarlama Düşüncesi, Doktora, 2019 - 2020

Marka Yönetimi, Yüksek Lisans, 2019 - 2020

Marka Değeri Yönetimi, Yüksek Lisans, 2019 - 2020

Stratejik Marka Yönetimi, Yüksek Lisans, 2019 - 2020

Pazarlama Düşüncesi, Doktora, 2018 - 2019

Marka Yönetimi, Doktora, 2019 - 2020

Pazarlama Araştırması, Lisans, 2015 - 2016

Jüri Üyelikleri

Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, Akademik Kadroya Atama, Hakkari Üniversitesi, Temmuz, 2019

Akademik Kadroya Atama-Profesörlük, Akademik Kadroya Atama, Marmara Üniversitesi, Haziran, 2019

Doçentlik Sınavı, Doçentlik Sınavı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Ocak, 2018

Doçentlik Sınavı, Doçentlik Sınavı, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Ekim, 2017

Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, Akademik Kadroya Atama, Marmara Üniversitesi, Temmuz, 2017

Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, Akademik Kadroya Atama, İstanbul Kültür Üniversitesi, Temmuz, 2017

Akademik Kadroya Atama-Profesörlük, Akademik Kadroya Atama, Kadir Has Üniversitesi, Mart, 2017

Doçentlik Sınavı, Doçentlik Sınavı, Kadir Has Üniversitesi, Şubat, 2017

Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, Akademik Kadroya Atama, Marmara Üniversitesi, Şubat, 2017

Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, Akademik Kadroya Atama, İstanbul Teknik Üniversitesi, Aralık, 2011

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Conflict-solving as a mediator between customer incivility and service performance**
Auh S., Menguc B., Thompson F. M., USLU A.
SERVICE INDUSTRIES JOURNAL, cilt.44, sa.5-6, ss.342-377, 2024 (SSCI)
- II. **Frontline Employee Feedback-Seeking Behavior: How Is It Formed and When Does It Matter?**
Auh S., MENGÜÇ B., Imer P., USLU A.
JOURNAL OF SERVICE RESEARCH, cilt.22, sa.1, ss.44-59, 2019 (SSCI)
- III. **When and how does sales team conflict affect sales team performance?**
Auh S., Spyropoulou S., Menguc B., USLU A.
JOURNAL OF THE ACADEMY OF MARKETING SCIENCE, cilt.42, sa.6, ss.658-679, 2014 (SSCI)
- IV. **Customer knowledge creation capability and performance in sales teams**
Menguc B., Auh S., USLU A.
JOURNAL OF THE ACADEMY OF MARKETING SCIENCE, cilt.41, sa.1, ss.19-39, 2013 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Testing a structural model on impulse buying tendency, fear of COVID-19, economic anxiety, household income and quality of life**
Çelik Z., Türkyılmaz C. A., USLU A.
International Journal of Electronic Business, cilt.19, sa.3, ss.235-254, 2024 (Scopus)
- II. **The effects of openness to experience on paying more in luxury brands**
Habiboğlu Ö., Özhan Ş., USLU A.
International Journal of Electronic Customer Relationship Management, cilt.14, sa.3-4, ss.254-274, 2024 (Scopus)
- III. **The effect of blog contents on online purchase intention and a research**
ÇELİK Z., USLU A.
Gazi İktisat ve İşletme Dergisi, cilt.9, sa.2, ss.134-150, 2023 (Hakemli Dergi)
- IV. **INVESTIGATION OF THE EFFECT OF BUYERS' RELATIONSHIPS WITH EACH OTHER ON THEIR OPINIONS ON THE BENEFITS OF SMARTPHONES BY UCINET SOCIAL NETWORK ANALYSIS**
ÇELİK Z., Sağlam M., Uslu A.
Journal of research in business (online), cilt.8, sa.1, ss.191-206, 2023 (Hakemli Dergi)

- V. **A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE LITERATURE ON THE ORIGINS OF THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) AND A MARKETING-SIDED APPROACH TO TAM**
ÇELİK Z., USLU A.
ÖNERİ, cilt.18, sa.59, ss.1-14, 2023 (Hakemli Dergi)
- VI. **Building e-loyalty for e-retailers: role of justice perception and consumer forgiveness**
BARUÖNÜ F. Ö., USLU A.
Middle East Journal of Management, cilt.6, sa.3, ss.298-317, 2019 (ESCI)
- VII. **Algılanan Lüks Marka Değerinin ve Marka İtibarının Premium Fiyat Ödeme İstekliliği Üzerindeki Etkisi**
HABİBOĞLU Ö., USLU A.
OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, cilt.14, sa.20, ss.1680-1709, 2019 (Hakemli Dergi)
- VIII. **DİJİTAL PAZARLAMADA GERÇEĞİN SIFIR ANI YAKLAŞIMI AÇISINDAN ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİMİN TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA DAVRANIŞI İLE İLİŞKİSİ VE BİR ARAŞTIRMA**
Aksoy Özer İ., USLU A., PİRTİNİ S.
Yıldız Social Science Review, cilt.5, sa.1, ss.63-84, 2019 (Hakemli Dergi)
- IX. **KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN FİYAT DUYARLILIĞININ YENİDEN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ**
USLU A., Huseynli B.
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, ss.515-532, 2018 (Hakemli Dergi)
- X. **THE RESEARCH ON THE IMPACT OF CORPORATE TRUSTWORTHINESS AND CORPORATE IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY: CASE OF HEALTHCARE INSTITUTION**
YOLDEMİR A. T., USLU A., PİRTİNİ S.
Yıldız Social Science Review, cilt.4, sa.1, 2018 (Hakemli Dergi)
- XI. **HEDONİK VE FAYDACI ALIŞVERİŞ DEĞERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
Akça C., USLU A.
SOCIAL SCIENCES STUDIES JOURNAL, cilt.3, ss.2320-2326, 2017 (Hakemli Dergi)
- XII. **Eğilimsel Ve Durumsal Faktörlerin Anlık Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi Ve Bir Yapısal Eşitlik Modellemesi**
LEBLEBİCİOĞLU B., USLU A.
Journal of Social and Humanities Sciences Research, cilt.4, ss.761-771, 2017 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Teknoloji Mağazalarının Mağaza Kişiliklerinin Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma**
LEBLEBİCİOĞLU B., USLU A.
Social Sciences Studies Journal, cilt.3, ss.1070-1082, 2017 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Satış Elemanlarının Etik İçeriği Olan Bir Durumu Algılama Düzeylerine Etki Eden Kurumsal Faktörler: Dayanıklı Tüketim Malları Sektöründe Bir Araştırma**
USLU A., BEKAROĞLU A.
Beykoz Akademi Dergisi, cilt.4, 2017 (Hakemli Dergi)
- XV. **The Evaluation of the Social Factors that Effect to Consumer Luxury Brand Purchasing Attitude in the Perspective of Inter-Dependent Self and Behavioural Religiosity**
ÖRS M., USLU A.
The International Journal Of Business Management, cilt.5, ss.118-127, 2017 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Materialism and Brand Resonance as Drivers of Online Compulsive Buying Behavior**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., KOCAMAZ İ., USLU A.
The Journal of Academic Social Science Studies, cilt.2, ss.91-107, 2016 (Hakemli Dergi)
- XVII. **The Role of Individual Characteristics on Consumers Counterfeit Purchasing Intentions Research in Fashion Industry**
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., USLU A.
Journal of Management, Marketing and Logistics, cilt.1, ss.259-275, 2014 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Effects On Awareness, Brand Image And Purchase Intention**
Akyol Ö., USLU A.
Journal of Management, Marketing and Logistics, cilt.1, 2014 (Hakemli Dergi)

- XIX. **Tüketicilerin Gıda Ürünlerinin Kalitesini Algılamada Dikkate Aldıkları İçsel ve Dışsal Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma**
USLU A., CERİTOĞLU A. B., KELEMCİ G.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi, cilt.1, ss.189-221, 2002 (Hakemli Dergi)
- XX. **Aracı Markalarının Markalama Kararlarındaki Yeri ve Bu Markaların Toptancı, Perakendeci ve Üretici Bazındaki Avantaj ve Dezavantajları**
USLU A., KELEMCİ G.
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi, cilt.13, ss.9-13, 2000 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Hizmet Sektöründe Müşteri Katılımına Yönelik Kavramsal Bir Değerlendirme**
GÜLÖZ G. E., USLU A.
Güncel Gelişmelerle Pazarlama Konular ve Araştırmalar-I, Emre Çolakoğlu, Nur Çağlar Çetinkaya, Editör, Özgür Yayınları, ss.155-188, 2023

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Analyzing the Brand Equity of Turkish Airlines Services Comparing the Japanese and Turkish Perspective**
DURMUŞ B., USLU A., Kolivar Kobak B.
9th International Strategic Management Conference, 27 - 29 Haziran 2013, cilt.99, ss.446-454

Bilimsel Hakemlikler

Business and Economics Research Journal, Diğer Dergiler, Eylül 2018
Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, BAP Araştırma Projesi, Marmara Üniversitesi, Türkiye, Mart 2018
Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, Diğer Dergiler, Eylül 2017
Kafkas İİBF Dergi, Diğer Dergiler, Eylül 2017
Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, BAP Araştırma Projesi, Marmara Üniversitesi, Türkiye, Eylül 2017
Beykoz Akademi Dergisi, Diğer Dergiler, Eylül 2016

Metrikler

Yayın: 48
Atıf (WoS): 159
Atıf (Scopus): 105
H-İndeks (WoS): 5
H-İndeks (Scopus): 3

Akademi Dışı Deneyim

FSMV IŞIK ÜNİVERSİTESİ