

**Prof. Dr. CEYDA AYSUNA  
TÜRKYILMAZ**



### **Kişisel Bilgiler**

**E-posta:** caysuna@marmara.edu.tr

**Web:** <https://avesis.marmara.edu.tr/caysuna>

### **Uluslararası Araştırmacı ID'leri**

ScholarID: mNdGVmwAAAAJ&hl

ORCID: 0000-0002-9015-4980

Yoksis Araştırmacı ID: 47627



### **Eğitim Bilgileri**

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme / Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Türkiye 2006 - 2011

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), Türkiye 2004 - 2006

Lisans, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2000 - 2004

### **Biyografi**

Ceyda Aysuna Türkyılmaz 1982'de İstanbul'da doğmuştur. Muhittin Üstündağ İlköğretim Okulu'nu bitirdikten sonra orta eğitim ve lise eğitimini İstanbul'da Beyoğlu Anadolu Lise'sinde tamamlamıştır. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İngilizce İşletme Bölümü'nü bitirdikten sonra yüksek lisans ve doktorasını Marmara Üniversitesi Üretim Yönetimi ve Pazarlama Programı'nda tamamlamıştır.

2006 yılında Marmara Üniversitesi'nde akademik kariyerine başlayan Ceyda Aysuna Türkyılmaz halen Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde Doçent olarak görev yapmakta pazarlama alanında hem Türkçe hem İngilizce lisans ve lisans üstü dersleri vermektedir. Ceyda Aysuna Türkyılmaz özellikle tüketici davranışları, marka yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, satış yönetimi ve dağıtım kanalları alanlarına ilgi duymakta ve bu alanlarda bilimsel çalışmalarını sürdürmektedir. Evli ve iki çocuk annesidir.

### **Yabancı Diller**

İngilizce, C1 İleri

### **Yaptığı Tezler**

Doktora, Dağıtım Kanallarında Bağlılığı Etkileyen Faktörler ve Bağlılığın Uzun Dönemli İlişki Odaklılıktaki Rolü, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2011

Yüksek Lisans, Tüketici Etnosentrizmi Etkisini Ölçmede Cetscale Ölçeği ve Türkiye Uygulaması, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), 2006

## Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, Pazarlama

## Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017 - Devam Ediyor

Yrd. Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2015 - 2017

Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - 2015

Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2011 - 2012

Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006 - 2011

## Akademik İdari Deneyim

Fakülte Kurulu Üyesi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2020 - Devam Ediyor

Bölüm Başkan Yardımcısı, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2019 - 2019

## Verdiği Dersler

Communicating With Consumer , Yüksek Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019

Pazarlama Araştırması, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Pazarlama Stratejileri ve Uygulamaları, Doktora, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Perakendecilikte Yeni Eğilimler, Doktora, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Satış Yönetimi, Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Pazarlama Araştırmalarında Veri Analizi, Yüksek Lisans, 2021 - 2022

Hizmet Operasyonları Yönetimi, Yüksek Lisans, 2021 - 2022

Marketing Communication, Yüksek Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Marketing Communications, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Principles of Marketing, Yüksek Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Müşteri İlişkileri Yönetimi, Yüksek Lisans, 2021 - 2022

Müşteri İlişkileri Yönetimi, Yüksek Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019

Perakende Yönetimi, Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Seminer , Yüksek Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Pazarlamada Yeni Trendler, Yüksek Lisans, 2021 - 2022

Marketing For International Markets, Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Tedarik Zinciri ve Lojistik Yönetimi, Yüksek Lisans, 2020 - 2021

Pazarlama İlkeleri , Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Marketing Management, Yüksek Lisans, 2019 - 2020

Stratejik Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

International Marketing, Yüksek Lisans, 2016 - 2017

Araştırma Metodolojisi, Yüksek Lisans, 2016 - 2017

Multinational Marketing Management, Yüksek Lisans, 2015 - 2016

Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2015 - 2016

Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları , Yüksek Lisans, 2015 - 2016

## Yönetilen Tezler

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, İ.NUR(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, Ö.ÖZDENER(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, Ş.DİLAN(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, C.YAKAR(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, O.ÇATALKAYA(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, E.SAYIM(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, G.ÜSTÜNER(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, S.ÖZEMRE(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, A.YILDIZ(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., DİJİTAL PAZARLAMA YÖNTEMİ OLARAK MARKALARIN INFLUENCER SEÇİMLERİNİN Z KUŞAĞININ SATIN ALMA DAVRANIŞLARINA ETKİSİ, Yüksek Lisans, M.TURHAN(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, E.TİPİGİL(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Paylaşım Ekonomisi Tabanlı Hizmetlerde Kripto İle Ödeme Sistemi Açısından Tüketici Görüşlerinin İncelenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma, Doktora, B.CAN(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, İ.ERTEN(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., COVID-19 PANDEMİSİ SÜRESİNDE TÜKETİCİLERİN ORGANİK GIDA SATIN ALMA NİYETLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans, İ.GİZEM(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Yüksek Lisans, T.ATAK(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Tüketici Satın Alma Davranışlarında Çıpalama ve Çerçeveleme Etkisinin Farklı Ürün Sınıfları Kapsamında İncelenmesi: Kuşaklararası Bir Araştırma, Doktora, A.SALİM(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Konu belirlenme aşamasındadır, Doktora, D.MÜEZZİNOĞLU(Öğrenci), Devam Ediyor

Aysuna Türkyılmaz C., Retro müziğin tüketiciler üzerinde marka algısı yaratmadaki etkilerinin nöropazarlama çerçevesinde incelenmesi, Doktora, T.EZGİ(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., E-ticaret'te online satın alma davranışları: Ev kadınları ve çalışan kadınlar üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, C.ONSUN(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., Kurumsal sosyal sorumluluk, marka güveni, itibarı ve sadakat arasındaki ilişkinin incelenmesi, Yüksek Lisans, F.AYBİKE(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., Duygusal tatmin ve kişilik özelliklerinin anlık satın alma davranışına etkisi, Yüksek Lisans, İ.KAYA(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., Pandemide covid-19 stresi ve risk algısının tüketicilerin online satın alma niyeti üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, M.GENÇ(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., Yaşam tarzı ve değerlerin tüketicilerin cep telefonu satın alma kararları açısından incelenmesine yönelik bir araştırma, Yüksek Lisans, C.DOĞAN(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., Duyusal markalamanın marka sadakatı üzerindeki etkisi: Coca-Cola örneği, Yüksek Lisans, U.TOLGA(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., Pandemi döneminde mobil uygulamalar üzerinden yapılan alışverişin teknoloji kabul modeli ile incelenmesi, Yüksek Lisans, A.ATALAY(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., Fiyat pazarlığı ve satış kapama becerilerinin satış performansı üzerindeki etkisi gayrimenkul sektörü örneği, Yüksek Lisans, A.BAYRAM(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., Örgüt kültürünün kurumsal imaj ve örgütsel bağlılığa etkisi, Yüksek Lisans, G.ÖZER(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., Türkiye'de güneş enerjisinden elektrik üretimi potansiyelinin sürdürülebilirlik çerçevesinde SWOT Analizi yöntemiyle incelenmesi, Yüksek Lisans, G.KISA(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., İNTERNETTEN ALIŞVERİŞTE MARKA İMAJI VE MARKA GÜVENİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans, M.ENES(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., Etkileyici pazarlamada etkileyicinin ve mesajlarının özelliklerinin satın alma niyetine etkisi, Yüksek Lisans, E.SARIKIZ(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., Davranışsal ekonomi perspektifinde tüketici davranışları, örnek çerçeveleme uygulaması, Yüksek Lisans, B.SERTKOL(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., Dijital pazarlamanın marka ederini geliştirmedeki rolü, Yüksek Lisans, K.YELİZ(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., Dindarlık ve yaşam tarzı faktörlerinin helal ürün satın alma niyeti üzerindeki etkileri, Yüksek Lisans, B.NUR(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., Marka toplulukları ve marka mirasının marka imajı ve yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkisi,

Yüksek Lisans, N.YAŞAR(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., Eğitim Sektöründe Marka Sadakatini Etkileyen Unsurlar, Yüksek Lisans, S.KOTMAN(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., Cam tavan sendromu: Eğitim kurumlarında çalışanlara yönelik bir araştırma, Yüksek Lisans, E.YILDIZ(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., İçsel pazarlama faaliyetlerinin çalışan motivasyonu üzerine etkisi ve jenerasyonlar üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, M.GÜNER(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., Tüketicilerin küresel markalara yönelik algısı: Zara ve Massimo Dutti örneği, Yüksek Lisans, M.KEMAL(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., Marka bilinirliği ve marka güveninin müşteri tatmini ve marka sadakati üzerine etkisi, Yüksek Lisans, M.ÜNAL(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., MÜŞTERİLERİN KATILIM BANKALARI FAALİYETLERİNE YÖNELİK GÖRÜŞLERİ VE BİLGİ DÜZEYLERİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans, M.GÜL(Öğrenci), 2019

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., İnternette lüks tüketim ürünleri satın alınmasının tüketici karar verme envanteri açısından incelenmesi, Yüksek Lisans, M.Yelda(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., Lojistikte dış kaynak kullanımı ve üçüncü parti lojistik firmalarının seçimini etkileyen unsurlar, Yüksek Lisans, K.YALNIZ(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., Otomotiv sektöründe tüketicilerin karar vermelerindeki etkenler, Yüksek Lisans, Y.OFLAZ(Öğrenci), 2019

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., Reklam filmleri ve bireysel tercihler arasındaki ilişkinin nöropazarlama yöntemleri ile ölçülmesi üzerine deneysel bir çalışma, Yüksek Lisans, D.Öztaş(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., Bankacılık sektöründe sosyal medya pazarlaması ve tüketici algıları üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans, E.ÖZHAN(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., Fitness centerlardaki hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi, Yüksek Lisans, O.SÜLLÜOĞLU(Öğrenci), 2018

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., Marka bağlılığı ve aşk markası oluşturmada ünlü kullanımı: Sahara altı Afrika da bir araştırma, Yüksek Lisans, M.SHERIFF(Öğrenci), 2018

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., Futbol kulüplerinin yönetim yapısının motivasyon ve algılanan performans üzerine etkisi, Yüksek Lisans, H.GEZMİŞ(Öğrenci), 2018

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., Otomotiv sektöründe müşteri memnuniyetinin müşteri bağlılığına etkisi, Yüksek Lisans, Z.ÜNLÜ(Öğrenci), 2018

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., Retro marka deneyiminin, yeniden satın alma niyeti ve marka bağlılığı yaratmadaki rolü, Yüksek Lisans, F.PINARBAŞI(Öğrenci), 2017

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., İlişkisel pazarlamanın müşteri sadakatine etkisi: Fitness merkezi müşterileri üzerinde bir inceleme, Yüksek Lisans, M.CAMGÖZ(Öğrenci), 2017

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., Marka olarak Bakü'nün destinasyon imajı ve destinasyon imajının destinasyon seçimine etkisi, Yüksek Lisans, I.ILYASOV(Öğrenci), 2015

## **Tezsiz Lisansüstü Danışmanlıkları**

Aysuna Türkyılmaz C., MARKALARIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ÇALIŞMALARININ MARKA İMAJI ÜZERİNDEKİ ROLÜ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, H.METİN(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., Müşteri Hizmet Kalitesi Beklentisi Üzerine Bir Çalışma, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, M.KÖSTEKÇİ(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., THE EFFECTS OF PRODUCT PACKAGING ON CONSUMERS' PURCHASE INTENTION: A RESEARCH IN COSMETICS SECTOR , Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, P.KARTAL(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., INVESTIGATION OF GUERILLA MARKETING AND APPLIED EXAMPLES OF GUERILLA MARKETING, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, Ö.AÇIKELLİ(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNİN E-TİCARETE ETKİSİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, T.SAK(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., ERP PROGRAMLARINDAN SAP YAZILIMININ TÜRKİYE VE DÜNYADAKİ PAZAR PAYI

ARAŞTIRMASILATIONS, COMPARISON OF PMBOK PROJECT MANAGEMENT APPROACH AND AGILE APPROACH, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, B.BAL(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., RELATIONSHIP MARKETING AND CRM, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, M.EROĞLU(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., The Role of Artificial Intelligence in Changing Marketing Future, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, M.MÜEZZİN(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., THE EFFECTS OF PANDEMIC ON TECHNOLOGY, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, S.DEĞİRMENCİOĞLU(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., COVID19 PANDEMİNİN TÜRKİYE VE DÜNYA TURİZMİNDE TÜKETİCİ TERCİHLERİNDEKİ DEĞİŞİMLER, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, P.KAPAKÇI(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., PROJECT MANAGEMENT METHODOLOGIES IN ERP SYSTEM INSTALLATIONS, COMPARISON OF PMBOK PROJECT MANAGEMENT APPROACH AND AGILE APPROACH, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, T.YILDIRIM(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., MARKALARIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ÇALIŞMALARININ MARKA İMAJI ÜZERİNDEKİ ROLÜ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, B.ERBAY(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., THE THEORY OF THE BLOCKCHAIN CONCEPT AND CYRPTO MONEYS, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, M.BERKAY(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., THE EFFECTS OF PANDEMIC ON THE MANIPULATION OF CUSTOMER DECISIONS, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, M.MOHAMMAD(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., Metaverse and Digital Marketing: Where is your personal data right now?, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, F.EREN(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., DİJİTAL PAZARLAMANNIN ETİCARET SEKTÖRÜNDE SATIN ALMAYA ETKİSİ ve TEDARİK ZİNCİRİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, E.ARLI(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., THE EFFECT OF ERP ON MANAGEMENT DECISIONS IN COMPANIES, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, H.KORKMAZ(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., İSTANBUL MODERN SANAT MÜZESİNDE PAZARLAMA VE İLETİŞİM UYGULAMALARI, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, E.GÖR(Öğrenci), 2022

Aysuna Türkyılmaz C., PRIVATE LABEL ÜRÜNLERİN PERAKENDE İŞLETMESİNE KATKISI VE ÖNEMİ BİZİM TOPTAN SATIŞ MAĞAZALARI ÖRNEĞİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, E.BOZ(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., DEPARTMANLI MAĞAZALARDA, KİŞİSEL SATIŞ ELEMANLARININ PANDEMİ DÖNEMİNDE PERFORMANS DAVRANIŞLARINDAKİ DEĞİŞİMLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, H.GÖKHAN(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., Impact of Social Media on Customer Relationship Management, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, F.ANAÇ(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., ZİNCİR MAĞAZACILIK BÖLGE YÖNETİMİ VE MERCHANDISING , Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, K.TOPATAN(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., THE EFFECTS OF PANDEMIC ON ONLINE SHOPPING HABITS: A RESEARCH ON BABY BOOMERS AND GENERATION X, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, F.DENİZ(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., New Product Development with Lean Startups, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, S.KÜÇÜK(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİNDE MARKA SADAKATİNİN ROLÜ VE ÖNEMİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, F.TABAĞCI(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., TÜKETİCİLERİN E-TİCARET SİTELERİNE GÜVEN ALGISI, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, S.ŞENGÜL(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., THE EFFECT OF COVID-19 AND ITS ECONOMIC IMPLICATIONS ON CONSUMER BEHAVIOR, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, C.AKGÜL(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., THE EFFECTS OF PANDEMIC ON TECHNOLOGY, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, S.SAVUR(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., Digitalization Process of Enterprises in Covid-19 Pandemic Process-Research on Telecommunication Sector, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, N.ECE(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., ENDÜSTRİYEL ÜRÜNLERİN TEDARİĞİNİN E-TİCARETE DÖNÜŞÜMÜ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim

Tezsiz, K.ESER(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., EFFECTS OF COVID-19 ON DIGITAL MARKETING ENVIRONMENT, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, G.BODUR(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., THE EFFECT OF COVID 19 ON E COMMERCE SWOT ANALYSIS, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, D.ERSAN(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., COVID -19 IMPACT on BEAUTY INDUSTRY, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, R.ELİF(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., CUSTOMER LOYALTY, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, B.ŞELALE(Öğrenci), 2021

Aysuna Türkyılmaz C., PAZARLAMADA UYGULAMAYA YÖNELİK YENİ BİR YAKLAŞIM: NÖROPAZARLAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, D.MELİSA(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., YEŞİL PAZARLAMA FAALİYETLERİ: DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE UYGULAMA ÖRNEKLERİ , Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, Z.DOĞRU(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., MARKALARIN KÜRESEL PAZARLAMA STRATEJİLERİ VE BAŞARILI ÖRNEKLER, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, E.ŞİMŞEK(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., ELEKTRONİK MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİNDEKİ SEGMENTASYONUN ONLİNE ALIŞVERİŞTE SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, B.ASLAN(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., Retro Pazarlama ve Uygulama Örnekleri, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, A.SARIOĞLU(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., STRATEJİK MARKA YÖNETİMİ AÇISINDAN NOKIA MARKASININ İNCELENMESİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, S.TUNCAY(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., TÜKETİCİNİN KARAR VERME AŞAMASINDA MOBİL UYGULAMARIN ETKİSİ : "TRENDYOL" UYGULAMASI ÜZERİNE ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, İ.GÜLERYÜZ(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., TÜRKİYE'DE KADIN ÇALIŞANLARIN İSTİHDAMI, GİRİŞİMLERİ VE KARİYER ENGELLERİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, Y.BAKIRCI(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., ŞİKAYET YÖNETİMİ SÜRECİ SONRASI MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER - BANKA ÖRNEĞİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, E.BUDAK(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYA ARAÇLARI KULLANIMININ ÖNEMİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, M.YILDIRIM(Öğrenci), 2020

Aysuna Türkyılmaz C., DIGITAL GAME MARKET, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, A.ÖÇAL(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., ŞİKAYET YÖNETİMİ SÜRECİ SONRASI MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER - BANKA ÖRNEĞİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, S.ERENKAYA(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., YERLİ ÜRÜN OLGUSUNUN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINDAKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ VE İNŞAAT SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, Ö.GÜNGÖR(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., Dijital pazarlamanın otomotiv sektöründe satışlar üzerindeki rolü: Volkswagen Örneği , Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, H.TOPRAK(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., SOSYAL MEDYA REKLAMLARININ TÜKETİCİ DAVRANISINA ETKİSİ: INSTAGRAM KULLANICILARINDA BİR ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, H.ÖZKAN(Öğrenci), 2019

Aysuna Türkyılmaz C., SOSYAL MEDYADA MARKA YÖNETİMİ İNŞAAT ÖRNEĞİ, Yüksek Lisans-İkinci Öğretim Tezsiz, E.BAŞTAŞ(Öğrenci), 2018

## Jüri Üyelikleri

Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, Nişantaşı Üniversitesi, Eylül, 2022

Tez Savunma (Doktora), Tez Savunma (Doktora), Marmara Üniversitesi, Temmuz, 2022

Tez Savunma (Doktora), Tez Savunma (Doktora), Marmara Üniversitesi, Temmuz, 2022

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Bahçeşehir Üniversitesi, Haziran, 2022

Tez Savunma (Doktora), Tez Savunma (Doktora), Beykent Üniversitesi, Haziran, 2022

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), İstanbul Gelişim Üniversitesi, Haziran, 2022

Tez Savunma (Doktora), Tez Savunma (Doktora), Marmara Üniversitesi, Haziran, 2022



Nisan, 2019

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Marmara Üniversitesi, Nisan, 2019

Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, İstanbul Kültür Üniversitesi, Nisan, 2019

Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, Akademik Kadroya Atama-Yardımcı Doçentlik, İstanbul Kültür Üniversitesi, Nisan, 2019

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Bahçeşehir Üniversitesi, Temmuz, 2018

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Marmara Üniversitesi, Temmuz, 2018

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Marmara Üniversitesi, Temmuz, 2018

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Marmara Üniversitesi, Mayıs, 2018

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Marmara Üniversitesi, Şubat, 2018

## Verdiği Kurs ve Eğitimler

Aysuna Türkyılmaz C., Turkcell, Müşteri İlişkileri Yönetimi, 2019 - 2020

Aysuna Türkyılmaz C., Satış ve Pazarlama Uzmanlığı, 2019 - 2019

Aysuna Türkyılmaz C., CMO, 2019 - 2019

## SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **How Do Mobile Wallets Improve Sustainability in Payment Services? A Comprehensive Literature Review**  
Hopalı E., Vayvay Ö., KALENDER Z. T., Turhan D., Aysuna C.  
Sustainability (Switzerland), cilt.14, sa.24, 2022 (SCI-Expanded)
- II. **A Search for Missing Links: Specifying the Relationship Between Leader-Member Exchange Differentiation and Service Climate**  
Auh S., Bowen D. E., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., MENGÜÇ B.  
JOURNAL OF SERVICE RESEARCH, cilt.19, sa.3, ss.260-275, 2016 (SSCI)

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Understanding The Moderator Role on Covid-19 Pandemic Anxiety on The Relationship Between Internet Addiction and Online Shopping Addiction**  
Leblebicioğlu B., Aysuna Türkyılmaz C.  
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.44, sa.1, ss.104-118, 2022 (Hakemli Dergi)
- II. **"Effects of the Factors Determining the Online Purchase Behavior of The Consumer on Actual Purchase**  
ERDEM Ş., YOLDEMİR A. T., AYSUNA TÜRKYILMAZ C.  
Journal of Marketing and Consumer Research., ss.19-31, 2017 (Hakemli Dergi)
- III. **Retro Marka Deneyiminin Yeniden Satın Alma Niyeti ve Marka Bağlılığı Yaratmadaki Rolü.**  
PINARBAŞI F., AYSUNA TÜRKYILMAZ C.  
Business and Social Science, 2017 (Hakemli Dergi)
- IV. **Web Advertising Value and Students Attitude Towards Web Advertising**  
AKTAN M., AYDOĞAN S., AYSUNA C.  
European Journal of Business and Management, cilt.8, ss.86-97, 2016 (Hakemli Dergi)
- V. **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)



- VI. **Perakendeci Mağaza Özelliklerinin Tüketicilerin Perakendeci Markasına Karşı Tutumları ve Satın Alma Niyetleri Üzerindeki Etkisi**  
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., AYDOĞAN S., GÜRDAL S.  
Öneri Dergisi, cilt.12, ss.287-305, 2016 (Hakemli Dergi)
- VII. **Online Anlık Satın Alma Davranışlarının Hazcı Alışveriş Motivasyonları İle Açıklaması Hazır Giyim Ürünleri Üzerine Bir Araştırma**  
ERDEM Ş., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., KIRGIZ A. C.  
Beykoz Akademi Dergisi, cilt.3, ss.55-74, 2015 (Hakemli Dergi)
- VIII. **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)
- IX. **Tüketicilerin Kitap satın alma sürecinde rol oynayan unsurlar ve bu unsurların tüketicilerin demografik özellikleri açısından incelenmesi: İstanbul ilinde bir pilot çalışma**  
Altuna Korkut O., Aysuna Türkyılmaz C.  
ÖNERİ, cilt.8, sa.31, ss.209-219, 2009 (Hakemli Dergi)
- X. **Neden Küçük Ancak Sorun Büyük**  
GÜRDAL S., AYSUNA C.  
Lojistik, cilt.4, ss.61-63, 2008 (Hakemsiz Dergi)
- XI. **Türkiye ve KKTC Tüketicilerinin Demografik Özellikler Açısından Etnosentrizm Düzeylerinin İncelenmesine Yönelik Bir Karşılaştırma**  
Aysuna Türkyılmaz C., Altuna Korkut O.  
ÖNERİ, cilt.8, sa.29, ss.147-157, 2008 (Hakemli Dergi)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

- I. **Müşteri İlişkileri Yönetiminde Sürdürülebilirlik**  
Aysuna Türkyılmaz C., Kuru B.  
Pazarlama Yaklaşımlarında Sürdürülebilirlik, Kazım Kınç,Yavuz Akçi,Arif Yıldız,Ramazan Aslan, Editör, Asos Yayınları, Elazığ, ss.133-151, 2022
- II. **Sürdürülebilirlik Bakış Açısıyla Yeşil Tekstil Markaları ve Tüketici Değerlendirmeleri**  
Aysuna Türkyılmaz C., Kuru B.  
Sürdürülebilirlik İçin Akademik Araştırmalar- IV, Cengiz Kahaman, Editör, İstanbul Artikel Akademi, İstanbul, ss.27-45, 2022
- III. **Z Kuşağına Pazarla-ma**  
Aysuna Türkyılmaz C., Leblebicioğlu B.  
Pazarla-ma: Teoriden Pratiğe, Mehmet Baş,İnci Erdoğan, Editör, İstanbul Efe Akademi, İstanbul, ss.27-45, 2022
- IV. **Sanal Evrende Markaların Geleceği: Yeni İnternet Dünyası Metaverse ve Marka Uygulamaları**  
Sula Averbek G., Aysuna Türkyılmaz C.  
Sosyal Bilimlerde Multi Disipliner Çalışmalar: Teori, Uygulama ve Analizler, Mehmet Baş,İnci Erdoğan, Editör, İstanbul Efe Akademi, İstanbul, ss.99-136, 2021
- V. **Sustainability in the Dairy Sector in Turkey: A Case Study Approach**  
Aysuna Türkyılmaz C.  
Responsible Management in Emerging Markets, Eric Kwame Adaye,John Paul Basewe Kosiba,Robert Ebo Hinson,Kojo Kakra Twum, Editör, Palgrave Macmillan, London , Chur, ss.325-344, 2021
- VI. **Sorularla Dağıtım**  
Aysuna Türkyılmaz C.  
Sorularla Pazarlama İlkeleri, Arif Yıldız,Kazım Kılınç, Editör, Asos Yayınları, Elazığ, ss.211-232, 2021
- VII. **Sorularla İşletmelerde Halkla İlişkiler Fonksiyonu**  
Aysuna Türkyılmaz C.

Sorularla Genel İşletme, Arif Yıldız, Editör, Asos Yayınları, Elazığ, ss.303-329, 2021

**VIII. Fuar Lojistiği**

Aysuna Türkyılmaz C.

Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarçılık ve İstihdam, Mehtap Sümersan ve Emine Çobanoğlu, Editör, Sokak yayın Grubu, İstanbul, ss.82-97, 2019

**IX. Geçmişin Şimdiki Zamanla Buluşması: Retro Pazarlama Bir Heves Midir?**

Aysuna Türkyılmaz C.

Ortaya Karışık Pazarlama Tarifleri II, Ayça Can Kırgız, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, ss.29-47, 2018

**X. Geçmişin Gücü Retro Pazarlama Retro Pazarlama Sürecinde Duygusal Bağlılığın Marka Sadakatine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**

Aysuna Türkyılmaz C.

Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2016

**XI. Pazarlama Araştırması Sektörü**

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C.

Pazarlama Araştırması Marketing Research, Fatma Demirci Oral, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Dan, Ankara, ss.18-37, 2015

**XII. Corporate Reputation and Marketing Activities**

BİLGEN İ., AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., GÜRDAL S.

Current Approaches In Social Sciences, Rasim Yılmaz, Günter Löschnigg, Hasan Arslan ve Mehmet Ali Icbay, Editör, Peter Lang International Academic Publishers, Frankfurt, ss.305-314, 2015

**XIII. E-Tüketici ve E-Tüketici Davranışları**

Aysuna Türkyılmaz C.

Çevrimiçi Satış, Mehtap Sümersan Köktürk, Emine Çobanoğlu ve Taşkın Dirsehan, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.109-117, 2015

**XIV. Pazarlama Araştırmasına Giriş**

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C.

Pazarlama Araştırması Marketing Research, Fatma Demirci Oral, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Dan, Ankara, ss.2-17, 2015

**XV. Web Tabanlı Kurumsal İtibar Yönetimi**

AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., GÜRDAL S.

İtibar Yönetimi, Haluk Sümer ve Helmut Pernsteiner, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, ss.57-83, 2014

**XVI. Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi**

Aysuna Türkyılmaz C.

21. Yüzyılda Pazarlama ve Yönetim Sezgileri, Emine Çobanoğlu, Zeynep Bilgin, Sahavet Gürdal, Editör, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.70-88, 2013

**XVII. Dağıtım Müşteri Hizmeti ve Lojistik**

Aysuna Türkyılmaz C.

Pazarlamanın Temelleri Essentials of Marketing, Asım Günel Önce, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.270-291, 2013

**XVIII. Deneysel Pazarlama ve Müşteri Deneyim Yönetimi**

ALTUNA O., AYSUNA C.

Benim Maaşımı Kim Ödüyor Müşteri, Sahavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayın Dağıtım, İstanbul, ss.93-113, 2009

**XIX. Müşteri Tanımları ve Müşteri Çeşitleri**

AYSUNA C., GÜR SOY H., AYDOĞAN S.

Benim Maaşımı Kim Ödüyor Müşteri, Sahavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayıncılık, İstanbul, ss.117-146, 2009

**XX. Müşteri İlişkileri Yönetimi**

AYSUNA C., GÜRDAL S.

Benim Maaşımı Kim Ödüyor Müşteri, Sahavet Gürdal, Editör, Yaprak Yayıncılık, İstanbul, ss.277-303, 2009

**XXI. Krizin Öncü Göstergesi: Pazarlama**

GÜRDAL S., AYSUNA C.

Kriz Yönetimi, Haluk Sümer ve Helmut Pernsteiner, Editör, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, ss.563-582, 2009

## Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Farklı Kişilik Özelliklerinin Çevrimiçi Marka Avukatlığı Üzerindeki Rolü Üzerine Bir Araştırma**  
Aysuna Türkyılmaz C., Yıldız A.  
7th INCSOS International Congress of Social Sciences , Baku, Azerbaycan, 2 - 04 Haziran 2022, ss.666-684
- II. **The Effects of Personal Values and Environmentalist Consumer Behavior on Environmental-Friendly Product Loyalty**  
Aysuna Türkyılmaz C., Bilgili Sülük S., Öztürkler I.  
The International Sustainable Business and Economic Strategies Congress, İstanbul, Türkiye, 10 - 11 Aralık 2021, ss.175-195
- III. **How Trust Towards Green Textile Brands and Green Altruism Affect Green Brand Loyalty: The Mediation Role of Green Purchase Intention**  
Aysuna Türkyılmaz C., Kuru B., Güven D.  
The International Sustainable Business and Economic Strategies Congress, İstanbul, Türkiye, 10 - 11 Aralık 2021, ss.158-174
- IV. **Retro müziğin tüketiciler üzerinde marka algisi yaratmadaki etkilerinin nöropazarlama çerçevesinde incelenmesi**  
Soyaltın T. E., Aysuna Türkyılmaz C.  
Global Business Research Congress, İstanbul, Türkiye, 10 - 11 Haziran 2021, ss.107-108
- V. **E-Girişimci Doğasının Sıfatsal Özellikleri**  
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., GÜRDAL S., BİLGEN İ., Najimudinova S.  
9th International Congress on Entrepreneurship, 10 - 12 Mayıs 2018
- VI. **The Effect of Country of Origin Perceptions and Perceived Brand Globalness on Perceived Brand Quality**  
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., BİLGEN İ., KARA A.  
IEDC/CBEES 3rd International Conference on Advances in Business and Economics, İstanbul, Türkiye, 27 - 29 Nisan 2016, ss.67-72
- VII. **Is In Store Tasting Important In Consumer Buying Behavior**  
YOZGAT U., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., DENİZ R. B.  
Eighth Annual General Business Conference, Texas, Amerika Birleşik Devletleri, 15 - 16 Nisan 2016, ss.81-89
- VIII. **The Relationship Between Religious Orientation and Country Reputation**  
AYDOĞAN S., AYSUNA C.  
17th International Conference on Economic, Financial, Marketing and Management Perspectives, Dubai, Birleşik Arap Emirlikleri, 26 - 27 Şubat 2015, ss.1598-1607
- IX. **The Effects of Personality Traits and Website Quality on Online Impulse Buying**  
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., ERDEM Ş., USLU A.  
Proceedings of the 3rd International Conference on Strategic Innovative Marketing (IC-SIM), Madrid, İspanya, 1 - 04 Eylül 2014, cilt.175, ss.98-105
- X. **Antecedents and Outcomes of Consumers' Inward and Outward Environmental Attitudes: Evidence From Turkey**  
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., USLU A., DURMUŞ B.  
Proceedings of the 3rd International Conference on Strategic Innovative Marketing (IC-SIM), Madrid, İspanya, 1 - 04 Eylül 2014, cilt.175, ss.90-97
- XI. **Kişilik Özelliklerinin Tüketicilerin Taklit Marka Ürün Satın Alma Eğilimindeki Rolü Moda Sektöründe Bir Araştırma**  
AYSUNA TÜRKYILMAZ C., USLU A.  
13. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Antalya, Türkiye, 8 - 10 Mayıs 2014, cilt.2, ss.863-873
- XII. **Olumlu Tutum ile Niyet Arasındaki İlişkide Benlik Uyumunun Düzenleyici Rolü Numune Örnek Ürün Arama Bağlamında Bir Araştırma**  
AYSUNA C., YOZGAT U., DEMİRBAĞ O.  
18. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kafkas Üniversitesi, Kars, Türkiye, 19 - 22 Haziran 2013, ss.529-538

- XIII. **Application of Lean Production Princiles in Healthcare Services**  
YILMAZ E., BİLGİN E., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., GÜRDAL S.  
ITAM 8 Conference Proceedings, 1 - 05 Temmuz 2012
- XIV. **Factors Affecting Attitude Toward Private Labels A Pilot Study Between Turkey and Germany**  
AYDOĞAN S., AYSUNA C., GÜRDAL S.  
Proceedings of The Twenty First World Business Congress, IMDA”, Helsinki, Finlandiya, 4 - 08 Temmuz 2012, ss.122-129
- XV. **Loyalty Exists In Fuel Consumption or Does Not**  
AYSUNA C., YOZGAT U., GÜRDAL S.  
5th International Strategic Management Conference, Stellenbosch, Güney Afrika, Stellenbosch, Güney Afrika, 2 - 04 Temmuz 2009, ss.461-471
- XVI. **Girişimci Doğasının Sıfatsal Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Bir Pilot Çalışma**  
ALTUNA O., AYSUNA C., GÜRDAL S., Savran C.  
.KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi, Kültür Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, 25 - 26 Kasım 2008, ss.439-457
- XVII. **Sexual Harassment Between Customers and Salespeople Customer Is The Victim**  
AYSUNA C., ALTUNA O., GEGEZ A. E.  
15th International Conference on Retailing and Consumer Services Sciences, EIRASS, Zagreb, Hırvatistan, 14 - 17 Temmuz 2008, ss.11

## **Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler**

Research Studies Anatolia Journal, Yayın Kurul Üyesi, 2021 - Devam Ediyor

## **Bilimsel Hakemlikler**

Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Eylül 2022  
Journal of research in business (online), Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mayıs 2022  
THE JOURNAL OF ACADEMIC SOCIAL SCIENCE STUDIES, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mart 2022  
İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi , Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Ocak 2022  
Journal of research in business (online), Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Ekim 2021  
Yıldız Social Science Review, Hakemli Bilimsel Dergi, Temmuz 2020  
Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Temmuz 2020  
Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Temmuz 2020  
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Aralık 2018  
KAFKAS ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, Hakemli Bilimsel Dergi, Ekim 2018  
İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Temmuz 2018  
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mayıs 2018  
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mayıs 2017  
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Aralık 2016  
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Ağustos 2016  
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Haziran 2016  
The Journal of Academic Social Science Studies, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Nisan 2016

## **Metrikler**

Yayın: 52

Atf (WoS): 71

Atf (Scopus): 26

H-İndeks (WoS): 3

H-İndeks (Scopus): 2

## **Ödüller**

Aysuna Türkyılmaz C., Best Paper, General Business Conference, Texas , Nisan 2016