

## Doç. Dr. GÜLDEN TURHAN



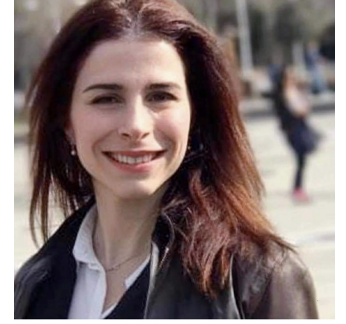
### Kişisel Bilgiler

**İş Telefonu:** +90 216 777 4000 Dahili: 3973

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

**Web:** <https://orcid.org/0000-0002-7756-0116>

**Posta Adresi:** Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü  
Tekstil Yönetimi ve Pazarlama ABD Recep Tayyip Erdoğan Külliyesi Aydınevler Mahallesi  
İdealtepe yolu No: 15 , 34854 Maltepe İstanbul



### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: a7G\_znsAAAAJ

ORCID: 0000-0002-7756-0116

Publons / Web Of Science ResearcherID: W-4161-2017

ScopusID: 55481716500

Yoksis Araştırmacı ID: 170663

### Eğitim Bilgileri

Post Doktora, The Nottingham Trent University, School of Art and Design, Birleşik Krallık  
2015 - 2016

Doktora, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye  
2005 - 2009

Yüksek Lisans, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü,  
Türkiye 2002 - 2005

Lisans, Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Hazır Giyim Eğitimi Bölümü,  
Türkiye 1997 - 2001

### Biyografi

Gulden TURHAN was born in Germany in 1979. She completed her bachelor's degree (2001) in the Textile Department of Marmara University, Master's Degree (2005) and doctorate (2009) in the Business Administration Department at Gebze Institute of High Technology. For six months in 2015-2016, she worked as a visiting researcher at School of Art and Design, Nottingham Trent University where she also received a postdoctoral degree. Since 2019, she has been working as an Associate Professor in the Department of Textile Management and Marketing at Faculty of Technology, Marmara University. She has focused on studies on the marketing of wearable technology products, especially in the textile sector.

### Yaptığı Tezler

Doktora, Marka yayma uygulamalarında tüketici risk algılarının rolü, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2009

Yüksek Lisans, Marka yayma stratejisinde tutum transferini ve başarıyı etkileyen faktörler, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2005

## Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama, Yönetim ve Organizasyon, Yönetim ve Yönetici Geliştirme, Mühendislik Yönetimi, Tekstil İşletmeciliği, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi, Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi, Tekstil Mühendisliği ve Teknolojisi, Tekstil Malzemeleri, Tekstil Tasarımı, Tekstil İşletmeciliği ve Yönetimi, Mühendislik ve Teknoloji

## Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü, 2019 - Devam Ediyor  
Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü, 2018 - 2019  
Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü, 2015 - 2018  
Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Tekstil Eğitimi Bölümü, 2009 - 2015  
Öğretim Görevlisi, Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Tekstil Eğitimi Bölümü, 2006 - 2009

## Akademik İdari Deneyim

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Marmara Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü, 2023 - Devam Ediyor  
Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Marmara Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü, 2020 - 2023  
Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Hazır Giyim Eğitimi Bölümü, 2013 - 2015  
Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Tekstil Eğitimi Bölümü, 2011 - 2015

## Verdiği Dersler

Bitirme Projesi, Lisans, 2020 - 2021  
İş Yeri Eğitimi, Lisans, 2021 - 2022  
Marka Yönetimi, Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021  
İş Sağlığı ve Güvenliği, Lisans, 2020 - 2021  
Tekstil ve Hazır Giyim Sanayinde Müşteri Yönetimi, Yüksek Lisans, 2021 - 2022  
Teknik Yabancı Dil I (İngilizce), Lisans, 2021 - 2022  
Teknik Satış ve Pazarlama, Lisans, 2019 - 2020  
Teknik Yabancı Dil II (İngilizce), Lisans, 2020 - 2021  
Girişimcilik, Lisans, 2020 - 2021  
Tekstil ve Pazarlama, Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020  
Tekstil ve Hazır Giyim Sanayinde Müşteri Yönetimi, Yüksek Lisans, 2020 - 2021  
Tekstil ve Hazır Giyim Sanayisinde Müşteri Yönetimi, Yüksek Lisans, 2020 - 2021  
Bitirme projesi, Lisans, 2020 - 2021  
Teknik Satış ve Pazarlama, Lisans, 2020 - 2021, 2019 - 2020  
Topluma Hizmet Uygulamaları, Lisans, 2020 - 2021

## Yönetilen Tezler

Turhan G., Mağaza içerisinde merchandising faaliyetleri ve tüketici ikna modelleri, Yüksek Lisans, S.SARI(Öğrenci), 2021

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

1. **Motives in Online Shopping through Digital Platforms in Textile: Risk Perception and Purchase**

## **Intention**

Turhan G.

FIBRES AND TEXTILES IN EASTERN EUROPE, cilt.30, ss.1-7, 2022 (SCI-Expanded)

### **II. Consumer reactions to high-tech wearable textiles: perceived product importance, consumption benefits and price perceptions**

Turhan G., Kaplan B.

JOURNAL OF THE TEXTILE INSTITUTE, ss.1059-1069, 2022 (SCI-Expanded)

### **III. Consumption Goals of Attributes Associated with a Product: A Study of Smart Running Shoes for a Group of Consumers in Nottingham, UK**

TURHAN G., Kent A.

FIBRES & TEXTILES IN EASTERN EUROPE, cilt.29, sa.6, ss.18-21, 2021 (SCI-Expanded)

### **IV. Risk Perceptions and Brand Extension Success Just Another Antecedent or one that Shapes the Effects of others**

Turhan G.

Fibres & Textiles In Eastern Europe, cilt.22, ss.23-30, 2014 (SCI-Expanded)

### **V. An assessment towards the acceptance of wearable technology to consumers in Turkey: the application to smart bra and t-shirt products**

Turhan G.

JOURNAL OF THE TEXTILE INSTITUTE, cilt.104, sa.4, ss.375-395, 2013 (SCI-Expanded)

### **VI. Factors affecting consumers' behavioral intention towards apparel stores: A test of the mediating role of brand satisfaction**

Turhan G., Özbek A.

Fibres and Textiles in Eastern Europe, cilt.97, sa.1, ss.7-13, 2013 (SCI-Expanded)

## **Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler**

### **I. STRUCTURAL FRAMEWORK OF BRAND LOYALTY AFFECTED BY FEATURE CONNOTATIONS THROUGH ATTITUDE TOWARDS SHOPPING IN MERCHANDISING**

Sarı S., Turhan G.

İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.14, sa.3, ss.1953-1968, 2022 (Hakemli Dergi)

### **II. Spor Giyimde Akıllı Ürünlere Yönelik Satın Alma Tutumlarında Ürün Tasarımı ve Tüketici Özelliklerine Bakış**

TOR KADIOĞLU C., TURHAN G.

Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, cilt.13, sa.2, ss.633-652, 2022 (Hakemli Dergi)

### **III. Akıllı Tekstil Ürünü Olarak Spor Çeket: Yeni Bir Ürüne Yönelik Tüketici Tepkilerinin Örneklem Özelliklerine Göre Değişimi**

Turhan G., Doba Kadem F.

Çukurova Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi, cilt.36, sa.1, ss.89-103, 2021 (Hakemli Dergi)

### **IV. Sport Involvement and Intent to Purchase Attitude Towards Purchasing Behavior as a Mediator Evidence from the Smart T shirt Product**

Turhan G.

International Journal of Business and Management Studies, cilt.3, ss.309-316, 2014 (Hakemli Dergi)

### **V. Building Store Satisfaction Centred on Customer Retention in Clothing Retailing Store Design and Ease of Shopping**

Turhan G.

International Journal of Research in Business and Social Science, cilt.3, ss.89-105, 2014 (Hakemli Dergi)

### **VI. The Indirect Effects of Servant Leadership Behavior on Organizational Citizenship Behavior and Job Performance**

Zehir C., Akyüz B., Eren Ş. M., Turhan G.

International Journal of Research in Business and Social Science, cilt.2, sa.3, ss.1-13, 2013 (Hakemli Dergi)

- VII. **The application of AHP approach for evaluating location selection elements for retail store A case of clothing store**  
Akalm M., Turhan G., Şahin A.  
International Journal of Research in Business and Social Science, cilt.2, ss.1-20, 2013 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Building behavioural intentions in automotive industry Brand experience satisfaction trust direct mail communication and attitudes toward advertising**  
Şahin A., Turhan G., Zehir C.  
Business Management Dynamics, cilt.3, ss.45-61, 2013 (Hakemli Dergi)
- IX. **The indirect effects of servant leadership behavior on organizational citizenship behavior and job performance organizational justice as a mediator**  
Zehir C., Akyüz B., Eren M. Ş., Turhan G.  
International Journal of Research in Business and Social Science, cilt.2, ss.1-13, 2013 (Hakemli Dergi)
- X. **A search for consumer responses to the purchase of retail brands via self confidence perceived risk and shopping value**  
Turhan G., Akalm M.  
Journal of Global Strategic Management, cilt.11, ss.58-69, 2012 (Hakemli Dergi)
- XI. **Marka Yayılımına İlişkin Tüketici Tutumlarının Oluşumunda Marka Bağlılığı ve Algılanan Uyumun Etkileri Performans Risk Algılarının Rolü**  
Turhan G.  
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.2, ss.168-197, 2009 (Hakemli Dergi)
- XII. **Marka Yayılımına İlişkin Tüketici Tutumları Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin ve Etki Seviyelerinin Ürün Kullanıcısına Göre Değişmesi**  
Turhan G.  
Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.11, ss.183-210, 2009 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Marka Yayma Stratejisinde Tutum Transferini Etkileyen Faktörler**  
Turhan G., Yılmaz C.  
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi, cilt.7, ss.35-46, 2007 (Hakemli Dergi)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

- I. **Tekstilde Metaverse Uygulamaları**  
Gençay S., Turhan G.  
Doğa ve Mühendislik Bilimlerinde Güncel Tartışmalar 8, ÇOĞUN Hikmet Y., PARLAR İshak, ÜZMUŞ Hasan, Editör, Bilgin Kültür Sanat Yayınları, Ankara, ss.44-49, 2023
- II. **Mayo Ürünlerinde Kullanılan Tekstil Malzemeleri ve Özellikleri**  
Temel E. G., Turhan G., Pars A.  
Doğa ve Mühendislik Bilimlerinde Güncel Tartışmalar 7, Hikmet Y. ÇOĞUN, Hasan ÜZMUŞ, İshak PARLAR, Editör, Bilgin Kültür Sanat Yayınları, Ankara, ss.12-27, 2022
- III. **MARKA LİDERLİĞİNİN İTİCİ GÜÇLERİ: YENİLİKÇİLİK, BELİRGİNLİK, GÜVEN, MÜŞTERİ HİZMETLERİ MÜKEMMELLİĞİ, DEĞER VE BAĞLILIK**  
Turhan G., Akdemir A.  
Muhasebe Pazarlama Organizasyon : Teori ve Uygulama, Şahin Karabulut, Editör, Ekin Yayınevi, Bursa, ss.265-273, 2022
- IV. **Türkiye’de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Süreci Uygulamaları ve Vaka Analizi Çalışması**  
Kasapoğlu E., Turhan G.  
Yönetim ve Strateji Alanında Yaşanan Gelişmelere Akademik Yorumlar, Şahin Karabulut, Editör, Ekin Yayınevi, Bursa, ss.237-247, 2022
- V. **INVESTIGATING CONSUMER EVALUATIONS ABOUT THE PURCHASING OF INNOVATIVE TEXTILES IN TERMS OF PRODUCT INTEREST AND BENEFITS**

Turhan G., Tor Kadiođlu C.

İşletme Biliminde Muhasebe, Pazarlama ve Organizasyon Konuları, Şahin Karabulut, Editör, Ekin Yayınevi , Bursa, ss.41-54, 2022

**VI. Innovative Investments and Strategic Success Criteria in The Global Market: Hassan Textile Company Case Analysis in the Technical Textiles Sector**

Turhan G., Akdemir A.

An Interdisciplinary Approach to the Management of Organizations, Ali Akdemir, Hasan Arslan, Editör, E-BWN Publication House, Bialystok, ss.10-21, 2021

## **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

- I. **Medical Personnel Versus the Others: Comparative Assessment for Adverse Effects of Facemasks Use During COVID-19 in Turkey**  
Turhan G., Özbek A.  
7. Uluslararası Mühendislik ve Teknoloji Yönetimi Kongresi, İstanbul, Türkiye, 16 Nisan 2022, cilt.2022, ss.451-461
- II. **Change of Different Approaches to Complaints about the Use of Protective Masks for Medical Personnel during the Pandemic Period According to the Duration of Use of the Mask**  
Turhan G., Özbek A.  
IV. International Conference on COVID-19 Studies, İstanbul, Türkiye, 17 - 19 Nisan 2021, ss.619-628
- III. **MAĞAZA ATMOSFER ÖZELLİKLERİ ESASLI MARKA İMAJININ TÜKETİCİLERİN MAĞAZA ALIŞVERİŞİNE YÖNELİK TUTUMLARI ÜZERİNE ETKİSİ**  
Sarı S., Turhan G.  
V. International Scientific and Vocational Studies Congress – Engineering (BILMES EN 2020), 12 - 15 Aralık 2020, ss.484-500
- IV. **SPORT INTEREST AND EXERCISE DATA PREFERENCES: VARIATIONS ACROSS AGE, GENDER AND LOCATION**  
Turhan G.  
Thirteenth International Conference on Interdisciplinary Social Sciences, Granada, Nikaragua, 25 - 27 Temmuz 2018
- V. **LEVEL OF RECOGNITION OF TECHNICAL TEXTILE TERMS BY UNIVERSITY STUDENTS**  
Turhan G., Uzun M.  
ETT201 8TH INTERNATIONAL ISTANBUL TEXTILE CONFERENCE, İstanbul, Türkiye, 14 - 16 Nisan 2018
- VI. **PRICE PERCEPTIONS FOR SMART TEXTILE PRODUCTS ACCORDING TO DIFFERENT ECONOMIC INDICATORS**  
Turhan G., Akalın M.  
ETT 2018 8th INTERNATIONAL ISTANBUL TEXTILE CONFERENCE, İstanbul, Türkiye, 14 - 16 Nisan 2018
- VII. **CATEGORIES OF SPORTS AND EXERCISE-RELATED PRODUCTS PURCHASED IN THE UK AND THE REASONS FOR THEIR PREFERENCE**  
Turhan G., Akalın M.  
ETT2018 8th International Istanbul Textile Conference, İstanbul, Türkiye, 14 - 16 Nisan 2018
- VIII. **TAVUKÇULUK ATIKLARI İLE FANTEZİ İPLİK ÜRETİMİ**  
UZUN M., USTA İ., TURHAN G.  
1nd International Turkish World Engineering and Science Congress, 7 - 10 Aralık 2017
- IX. **What are the product benefits that shape consumer evaluations? Application to the smart cardio tops or bra for people in Nottingham city, UK**  
Turhan G., Akalın M., Uzun M., Sancak E., Atak O.  
Uluslararası Türk Dünyası Mühendislik ve Fen Bilimleri Kongresi, Antalya, Türkiye, 7 - 10 Aralık 2017
- X. **Product evaluation with the goal-based model: A study of smart running shoes to consumers in Nottingham, UK**  
TURHAN G., AKALIN M., UZUN M.

The International Scientific Congress Applied Sports Sciences, Sofija, Bulgaristan, 1 - 02 Aralık 2017

- XI. **KALOJEN TAKVİYELİ YARA ÖRTÜSÜ GELİŞTİRİLMESİ VE PAZARLANMASI**  
Uzun M., Turhan G.  
ULUSAL ÇUKUROVA TEKSTİL KONGRESİ, Adana, Türkiye, 28 - 29 Eylül 2017
- XII. **Product goals evaluation for smart socks by using laddering method and expectancy valuemodel**  
Turhan G.  
4th Annual International Conference on Social Sciences, Athens, Yunanistan, 24 - 27 Temmuz 2017, ss.44
- XIII. **Product price versus importance effects in consumer reactions to the purchasing of smart wearable products**  
Turhan G., Akalın M.  
the International Journal of Arts Sciences (IJAS) International Conference for Social Sciences and Humanities., Freiburg, Almanya, 29 Kasım - 02 Aralık 2016
- XIV. **Evaluation of alternative locations for a clothing store via a new statistical approach: Pugh method**  
TURHAN G., AKALIN M.  
International Journal of Arts and Sciences (IJAS), Üsküp, Makedonya, 30 Haziran - 03 Temmuz 2015
- XV. **Comparative assessment of attributes and ranking of alternative product variants for smart running shoes**  
Turhan G.  
The International Conference on Engineering and Natural Sciences, Skopje, Makedonya, 15 - 17 Mayıs 2015
- XVI. **Consumer Demographics and Purchase Intention: A Study of Smart T-Shirt Product for Turkish Men**  
Turhan G., Akalın M.  
International Conference on Research in Education and Science, Antalya, Türkiye, 23 - 26 Nisan 2015
- XVII. **An Examination of Demographics Habits and Buying Intentions for Turkish Women Smart bra as an innovative product**  
Turhan G.  
International Academic Conference on Social Sciences and Humanities in Prague., Praha, Çek Cumhuriyeti, 13 - 14 Kasım 2014
- XVIII. **Literature Review on Selection Criteria of Store Location Based on Performance Measures**  
Turhan G., Akalın M., Zehir C.  
9th International Strategic Management Conference, Riga, Letonya, 27 - 29 Haziran 2013, cilt.99, ss.391-402
- XIX. **Factors that Affect Consumers Adoption Intention of Smart Product Innovations A Study of Smart Bra and T shirt Products as High Tech Innovations**  
AKALIN M., TURHAN G.  
Managing Innovation in Textiles International Conference, Manchester, İngiltere, 30 Kasım - 02 Aralık 2011
- XX. **Role of perceived value in achieving brand commitment**  
TURHAN G.  
The First International Conference on Value Addition and Innovation in Textile, Faisalabad, Pakistan, 13 - 14 Mart 2011
- XXI. **An investigation into the mediating effect of risk probability in the brand loyalty and purchase intention relationship**  
TURHAN G.  
METU Dept. of Business Administration 2010, Muhan Soysal Business Conference, Ankara, TURKEY, Ankara, Türkiye, 16 - 19 Haziran 2010
- XXII. **Türk tüketicileri için tutumsal marka bağlılığının belirleyicileri**  
TURHAN G., YILMAZ C.  
Niğde Tekstil Sempozyumu, Niğde, Türkiye, 4 - 06 Haziran 2008
- XXIII. **Factors impacting on brand trust in strategic brand management**  
DURSUN İ., TÜMER KABADAYI E., TURHAN G.  
Proceedings of International Strategic Management Conference, Çanakkale, Turkey, Çanakkale, Türkiye, 23 - 25 Haziran 2005

## **Bilimsel Kuruluşlardaki Üyelikler / Görevler**

The Textile Institute, Üye, 2022 - Devam Ediyor , İngiltere

1.ÖRGÜTLERİN YÖNETİMİ ULUSLARARASI KONGRESİ , Yürütme Kurulu Üyesi, 2019 - 2020, İngiltere

The Textile Institute, UK, Üye , 2010-2011, Üye, 2010 - 2011, İngiltere

## **Metrikler**

Yayın: 48

Atıf (WoS): 63

Atıf (Scopus): 59

H-İndeks (WoS): 3

H-İndeks (Scopus): 3

## **Burslar**

2219- Yurt Dışı DoktoraSonrası Araştırma Burs, TÜBİTAK, 2015 - 2016

## **Ödüller**

Turhan G., En iyi makele ödülü, 8Th International Strategic Management Conference, Haziran 2012

## **Sanatsal Etkinlik**

Turhan G., Çiçek Temalı Sergi ve Defile, Grup Sergisi, Haziran 2005

## **Akademi Dışı Deneyim**

Nottingham Trent University