

Doç.Dr. GÜLDEN TURHAN

Kişisel Bilgiler

E-posta: gturhan@marmara.edu.tr

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

Posta Adresi: Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi
Tekstil Mühendisliği Bölümü B blok Göztepe Kampüsü 34722
Kadıköy İstanbul



Eğitim Bilgileri

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

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, Tekstil Mühendisliği ve Teknolojisi

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü, 2018 - Devam Ediyor

Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü, 2015 - 2018

Öğretim Görevlisi Dr., Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Tekstil Eğitimi Bölümü, 2006 - 2015

Mesleki Deneyim

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Marmara Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü, 2020 - Devam Ediyor

Mevlana Değişim Programı Koordinatörü, Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Hazır Giyim Eğitimi Bölümü, 2013 - 2015

Erasmus Koordinatörü, Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Tekstil Eğitimi Bölümü, 2011 - 2015

Verdiği Dersler

Teknik Yabancı Dil , Lisans, 2020 - 2021

Girişimcilik, Lisans, 2020 - 2021

Tekstil ve Pazarlama, Lisans, 2019 - 2020, 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

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **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 İndekslerine Giren Dergi)
- II. **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, ss.375-395, 2013 (SCI İndekslerine Giren Dergi)
- III. **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, ss.7-13, 2013 (SCI Expanded İndekslerine Giren Dergi)
- IV. **Factors Affecting Consumers' Behavioural Intention Towards Apparel Stores: A Test of the Mediating Role of Brand Satisfaction**
TURHAN G., ÖZBEK A.
FIBRES & TEXTILES IN EASTERN EUROPE, cilt.21, ss.7-13, 2013 (SCI İndekslerine Giren Dergi)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- II. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- III. **Building behavioural intentions in automotive industry Brand experience satisfaction trust direct mail communication and attitudes toward advertising**
ŞAHİN A., TURHAN G., ZEHİR C.
Business Management Dynamics, cilt.3, ss.45-61, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IV. **The application of AHP approach for evaluating location selection elements for retail store A case of clothing store**
AKALIN M., TURHAN G., ŞAHİN A.
International Journal of Research in Business and Social Science, cilt.2, ss.1-20, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- V. **The indirect effects of servant leadership behavior on organizational citizenship behavior and job performance organizational justice as a mediator**

ZEHİR C., AKYÜZ B., EREN M. Ş. , TURHAN G.

International Journal of Research in Business and Social Science, cilt.2, ss.1-13, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- VI. **A search for consumer responses to the purchase of retail brands via self confidence perceived risk and shopping value**
TURHAN G., AKALIN M.
Journal of Global Strategic Management, cilt.11, ss.58-69, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VII. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VIII. **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 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IX. **Marka Yayıma Stratejisinde Tutum Transferini Etkileyen Faktörler**
TURHAN G., YILMAZ C.
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi, cilt.7, ss.35-46, 2007 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **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., AKALIN M., UZUN M., SANCAK E., ATAK O.
Uluslararası Türk Dünyası Mühendislik ve Fen Bilimleri Kongresi, Antalya, Türkiye, 7 - 10 Aralık 2017
- II. **TAVUKÇULUK ATIKLARI İLE FANTEZİ İPLİK ÜRETİMİ**
UZUN M., USTA İ., TURHAN G.
1nd International Turkish World Engineering and Science Congress, 7 - 10 Aralık 2017
- III. **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
- IV. **KALOJEN TAKVİYELİ YARA ÖRTÜSÜ GELİŞTİRİLMESİ VE PAZARLANMASI**
TURHAN G., UZUN M.
ULUSAL ÇUKUROVA TEKSTİL KONGRESİ, Adana, Türkiye, 28 - 29 Eylül 2017
- V. **Product goals evaluation for smart socks by using laddering method and expectancy valuemodel**
TURHAN G.
4th Annual International Conference on Social Sciences, Atina, Yunanistan, 24 - 27 Temmuz 2017
- VI. **PRODUCT PRICE VERSUS IMPORTANCE EFFECTS IN CONSUMER REACTIONS TO THE PURCHASING OF SMART WEARABLE PRODUCTS**
TURHAN G., AKALIN M.
the International Journal of Arts Sciences (IJAS) International Conference for Social Sciences and Humanities., Freiburg, Almanya, 29 Kasım - 02 Aralık 2016
- VII. **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
- VIII. **Comparative assessment of attributes and ranking of alternative product variants for smart running shoes**

TURHAN G.

The International Conference on Engineering and Natural Sciences, 15 - 17 Mayıs 2015

IX. Consumer Demographics and Purchase Intention: A Study of Smart T-Shirt Product for Turkish Men

TURHAN G., AKALIN M.

International Conference on Research in Education and Science, Antalya, Türkiye, 23 - 26 Nisan 2015

X. 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., 13 - 14 Kasım 2014

XI. Literature Review on Selection Criteria of Store Location Based on Performance Measures

TURHAN G., Akalin M., Zehir C.

9th International Strategic Management Conference, Riga, Letonya, 27 - 29 Haziran 2013, cilt.99, ss.391-402

XII. 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

XIII. 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

XIV. Türk tüketicileri için tutumsal marka bağlılığının belirleyicileri

TURHAN G., YILMAZ C.

Niğde Tekstil Sempozyumu, Niğde, Türkiye, 4 - 06 Haziran 2008

XV. 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

1.ÖRGÜTLERİN YÖNETİMİ ULUSLARARASI KONGRESİ , Yürütme Kurulu Üyesi, 2019 - Devam Ediyor

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

Atıflar

Toplam Atıf Sayısı (WOS):33

h-indeksi (WOS):2

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., iek Temalı Sergi ve Defile, Grup Sergisi, Haziran 2005