

## ÖZGEÇMİŞ ve ESERLER CEVAHİR UZKURT

**Adı Soyadı:** Cevahir UZKURT

**Unvanı:** Müsteşar Yardımcısı

**Doğum Tarihi/Yeri:** 1973 / Niğde

**Medeni Durum:** Evli / 3 çocuk



### ÖĞRENİM DURUMU

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Mezuniyet Yılı
Lisans	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi-Uluslararası İşletmecilik Bölümü	Marmara Üniversitesi	1995
Y. Lisans	Sosyal Siyaset Ana Bilim Dalı	İstanbul Üniversitesi	1997
Doktora	Üretim Yönetimi ve Pazarlama Ana Bilim Dalı	Marmara Üniversitesi	2002

### GÖREVLER

Görev Unvanı	Görev Yeri	Yıl
Müsteşar Yardımcısı	Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	2015-
Başkan V.	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)	Haziran 2017-
Başkan Yrd.	Kredi Garanti Fonu (KGF)	Temmuz 2017-
Genel Müdür	Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Bilim ve Teknoloji Genel Müdürlüğü	2012-2015

<b>Kurul Üyesi</b>	Enerji Verimliliği Koordinasyon Kurulu Üyesi	2015-
<b>Kurul Üyesi</b>	TÜBİTAK Bilim Kurulu Üyesi	2014-2017
<b>Kurul Üyesi</b>	Türk Patent Enstitüsü Danışma Kurulu Üyesi	2013-
<b>Prof. Dr.</b>	Kırıkkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü	2015-2016
<b>Doç. Dr.</b>	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İşletme Fakültesi	2011-2012
<b>Doç. Dr.</b>	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	2009-2011
<b>Misafir Öğretim Üyesi</b>	Alliant International University, Marshall Goldsmith School of Management, California-USA	2009-2010
<b>Yrd. Doç. Dr.</b>	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	2003-2009
<b>Arş. Gör.</b>	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	2000-2003
<b>Arş. Gör.</b>	Kırıkkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	1996-2000

### Ulusal ve Uluslararası Dergilerde Yayımlanan Makaleler

1. **Uzkurt, C.**, Kimzan, H.S., Yılmaz, C. (2016). “A Case Study of the Mediating Role of Innovation on the Relationship between Environmental Uncertainty, Market Orientation and Firm Performance”, *International Journal of Innovation and Technology Management*, 13(6).
2. Lee, E.M., Temel, S., **Uzkurt, C.** (2016). “The Effect of Consumers' Innovation Perception on the Internet Usage Behaviors”, *International Journal of Innovation Science*, 8(2), 100 – 112.
3. **Uzkurt, C.** (2016). “Ar-Ge, Yenilik ve Teknoloji Ekosistemimizin Stratejik Analizi”, *Yeni Türkiye Dergisi Bilim ve Teknoloji Özel Sayısı II*, 89, 295-310.
4. **Uzkurt, C.**, Kumar, R., Kimzan, H. S., Eminoğlu, G. (2013). “Role of Innovation in the Relationship Between Organizational Culture and Firm Performance: A Study of the Banking Sector in Turkey”, *European Journal of Innovation Management*, 16(1), 92–117.
5. **Uzkurt, C.**, Kumar, R., Ensari, N. (2013). “Assessing Organizational Readiness for Innovation: An Exploratory Study On Organizational Characteristics of Innovativeness”, *International Journal of Innovation and Technology Management*, 10(4), 1-26.
6. **Uzkurt, C.**, Şen, R. (2012). “Örgüt Kültürü ve Örgütsel Yeniliğin Pazarlama Yeniliğine Etkisi: Gazlı İçecek Sektöründe Bir Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3), 27-50.
7. **Uzkurt, C.**, Kumar, R., Kimzan, H.S., Sert, H. (2012). “The Impact of Environmental Uncertainty Dimensions on Organizational Innovativeness: An Empirical Study on SMEs”, *International Journal of Innovation and Technology Management*, 16(2).
8. Kumar, R., **Uzkurt, C.** (2011). “Investigating the Effects of Self Efficacy on Innovativeness and the Moderating Impact of Cultural Dimensions”, *Journal of International Business and Cultural Studies*, 4 (January).

9. Eskiler, E., Özmen, M., **Uzkurt, C.** (2011). "Bilgi Yönetimi, Pazar Odaklılık ve Pazarlama Yeniliği İlişkisi: Mobilya Sektöründe Bir Araştırma", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 31-70.
10. **Uzkurt, C.**, Kimzan, H.S. (2011). "Promosyonel Fiyat Sunumlarının Tüketicilerin Ürün Tercihleri Üzerine Etkisi", *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(8), 71-82.
11. Erdoğan, Z., **Uzkurt, C.** (2010). "Effects of Ethnocentric Tendency on Consumers' Perception of Product Attitudes for Foreign and Domestic Products", *Cross Cultural Management: An International Journal*, 17(4), 393-406.
12. **Uzkurt, C.** (2010). "Customer Participation in the Services Process: A Model and Research Proposition", *International Journal of Services and Operations Management*, 6(1), 17-37.
13. Torlak, Ö., **Uzkurt, C.**, Özmen, M. (2010). "Dimensions of Service Quality in Grocery Retailing: A Case from Turkey", *Management Research Review*, 33(5), 413-422.
14. Kumar, R., **Uzkurt, C.** (2010). "Can Innovativeness be Impacted by Interpersonal Influences and Do Cultural Dimensions Play A Moderating Role? An Investigation in the Turkish Context", *The Journal of Global Business Management*, 6(2), 1-12.
15. **Uzkurt, C.** (2010). "İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır?", *Ankara Sanayi Odası Dergisi (ASOMEDYA)*, Temmuz-Ağustos, 37-51.
16. **Uzkurt, C.**, Bölükbaşı, B. (2008). "Marka Yayıma Stratejisini Etkileyen Tüketici İlişkili Faktörlerin Tüketicilerin Satın Alma Niyetleri Üzerine Etkisi: Ampirik Bir Çalışma" *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 26(2), 275-305.
17. **Uzkurt, C.**, Orsoy, H. (2008). "The Effect of the Perception of Retail Innovation by Consumers on Satisfaction and Behavioral Intentions: An Empirical Study", *Journal of Global Strategic Management*, 2(1), 146-157.
18. **Uzkurt, C.** (2008) "İşletmelerde Yenilikçilik ve Yenilik Yönetimi", *Sanayide Yeni Ufuk-Eskişehir Sanayi Odası Dergisi*, 43, Nisan-Haziran, 27-29.

- 19. Uzkurt, C.** (2008) “Yeniliğin Önemi ve Günümüz Yenilik Sistemlerinin Temel Dinamikleri”, *Sanayide Yeni Ufuk-Eskişehir Sanayi Odası Dergisi*, 42, Ocak-Mart, 30-37.
- 20. Uzkurt, C.** (2007). “Müşteri Değeri ve Tatmininin Satın Alım Sonrası Gelecek Eğilimlere Etkisi Üzerine Ampirik Bir Çalışma”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 25-43.
- 21. Uzkurt, C.** (2007). “Tüketicilerin Yenilikleri Benimseme Eğilimleri Üzerinde Kişisel Değerlerin Etkisi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 241-261.
- 22. Uzkurt, C., Torlak, Ö.** (2007). “İşletmelerin Müşteri Değeri Yaratma Çabaları Üzerinde Öğrenme ve Pazar Odaklı Kültürün Etkileri”, *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 25(1), 239-257.
- 23. Uzkurt, C., Koç, U.** (2007). “Tüketicilerin Müşteri Değeri Algıları Üzerine Bir Çalışma”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 111-130.
- 24. Uzkurt, C., Torlak, Ö., Özmen, M.** (2007). “Pazarlama Ahlâkının Pazar Bilgisiyle İlişkisi ve Pazarlama Performansına Etkisi: Pazarlama Yöneticileri Üzerinde Bir Araştırma”, *Öneri: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(27), 95-102.
- 25. Uzkurt, C., Özmen, M.** (2006). “Pazarlama Yöneticileri için Yeni Bir Fırsat: Sanal Topluluklar”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, VIII (1), 23-40.
- 26. Uzkurt, C., Torlak, Ö., Özmen, M.** (2006). “İşletmeler için Pazar Bilgisi Yeteneğinin Önemi ve Pazarlama Performansına Etkileri: 500 Büyük Firma Üzerinde Bir Araştırma” *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 35(2), 7-35.
- 27. Torlak, Ö., Uzkurt, C.** (2005). “Kola Markası Kişiliklerinin Üniversite Öğrencileri Tarafından Algılanması”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(2), 15-31.
- 28. Uzkurt, C., Torlak, Ö.** (2005). “Müşteri Mahremiyeti ve Müşterilerin Mahremiyet İlgisini Ölçmeye Yönelik Bir Uygulama”, *Yönetim-İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 16(51), 13-24.

**29. Uzkurt, C.** (2002). “Çevresel Belirsizliklere Karşı Rekabet Avantajı Yakalamada Stratejik Esnekliğin Rolü ve Firma Performansına Etkileri”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 1-20.

### **Uluslararası Bildiriler**

- 1.** Erdoğan, B. Z., **Uzkurt, C.** (2009). “Effects of Ethnocentric Tendency on Consumers’ Perception of Product Attitudes for Foreign and Domestic Products”, *The Proceedings of EuroMed Academy of Business 2008 Annual Conference*, Salerno, İtalya.
- 2.** **Uzkurt, C.**, Karaca, Y., Özdemir, Ş. (2007). “Exploring the Relationships Among Knowledge Management, Innovation and Performance”, *3rd International Conference on Business, Management and Economics*, İzmir, Türkiye, 189-204.
- 3.** **Uzkurt, C.**, Torlak, Ö. (2007). “Online Alışveriş Yapma ve Yapmama Motiflerinin Belirlenmesi”, *İkinci Uluslararası İşletme ve Ekonomi Çalıştayı*, Giresun, Türkiye, 104-111.
- 4.** Karaca, Y., **Uzkurt, C.**, Özdemir, Ş., Altındış, S. (2007). “Sağlık Hizmeti Sunan Personel Gruplarının Hasta İletişimlerinin Farklılıklarının Algılanan Hizmet Kalitesi Açısından Analizi”, *Uluslararası Sağlık ve Hastane Yönetimi Kongresi*, 01-03, Haziran, 2007, Lefkoşa, KKTC.
- 5.** Torlak, Ö., **Uzkurt, C.**, Özmen, M. (2005). “A Study on Hedonic and Utilitarian Values, and Time Pressure on Shopping in Turkey”, *17th Annual Conference of the International Academy of Business Disciplines*, Pennsylvania, USA, 12 (2), 601 – 605.
- 6.** **Uzkurt, C.**, Torlak, Ö. (2003). “İşletmelerin Pazarlama Uygulamalarının Tüketicilerce Ahlâki Açıdan Değerlendirilmesi”, *1. Uluslararası Türkiye İş ve Meslek Ahlakı Kongresi*, Ankara, Türkiye, 675-680.

### **Ulusal Bildiriler**

- 1.** **Uzkurt, C.**, Kimzan, H.S. (2010). “Promosyonel Fiyat Çerçevesinin Tüketici Satınalma Kararlarına Etkisi”, *15. Ulusal Pazarlama Kongresi*, İzmir, Türkiye.
- 2.** **Uzkurt, C.** (2008). “Yeniliklerin Sürdürülebilirliği için Pazarlamanın Önemi: Değer Yeniliği”, *13. Ulusal Pazarlama Kongresi*, 31-40, 25-29 Ekim, Nevşehir, Türkiye.

3. **Uzkurt, C.** (2008). "Türkiye'nin Yenilikçi Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri", *13. Ulusal Pazarlama Kongresi*, 41-71, 30 Ekim-1 Kasım, Adana, Türkiye.
4. Erdoğan, B. Z., **Uzkurt, C.** (2007). "Türkiye Pazarlama Akademisi: Biz Kimiz, Ne Yapıyoruz?", *12. Ulusal Pazarlama Kongresi*, 37-54, Sakarya, Türkiye.
5. **Uzkurt, C.** (2006). "Yeni Ürünlerin Pazar Performansı Üzerinde Müşteri ve Rakip Enformasyonunun Rolü" *11. Ulusal Pazarlama Kongresi*, 207-221, İzmir, Türkiye.
6. **Uzkurt, C.**, Torlak, Ö. (2006). "Pazar Odaklı Öğrenme Kültürünün Müşteri Değeri Yönelimi Üzerine Etkisi", *5. Orta Anadolu İşletmecilik Kongresi*, 64-72, Tokat, Türkiye.
7. **Uzkurt, C.**, Özmen, M. (2004). "Tüketici Etnosentrizmi ve Ülke Orijini Etkisinin Tüketicilerin Yerli ve Yabancı Ürünlere Yönelik Tutumlarına Etkileri" *9. Ulusal Pazarlama Kongresi*, 261-274, Ankara, Türkiye.
8. **Uzkurt, C.**, Torlak, Ö. (2000). "İşletme Öğrencilerinin Pazarlama Eğitimi Algılaması", *5. Ulusal Pazarlama Kongresi*, 85-86, Antalya, Türkiye.
9. Torlak, Ö., **Uzkurt, C.** (1999). "Lüks Markaların Tüketiciyi Etkileyen Yönleri", *4. Pazarlama Kongresi*, 305-311, Hatay, Türkiye.
10. Torlak, Ö., **Uzkurt, C.** (1999). "Belediyelerde Hizmet Anlayışı ve Stratejik Yönetime Geçiş", *Kamu Yönetiminde Kalite 2. Ulusal Kongresi*, 247-258, 21-22 Ekim, Ankara, Türkiye.

## KİTAP, KİTAP BÖLÜMLERİ VE DİĞER YAYINLAR

1. **Uzkurt, C.** 2017. "Yenilik (İnovasyon) Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü (Kültürel, Yönetimsel ve Makro Yaklaşım)", Beta Yayınları, 2. Baskı, İstanbul. [1. Baskı: **Uzkurt, C.** 2008. "Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü", Beta Yayınları, İstanbul].
2. Temel, S., Durst S., Yesilay R.B., Hinteregger C., Sukan F.V., **Uzkurt, C.** (2015). *The Drivers of Entrepreneurial Universities in Emerging Economics*, Handbook of Research on Global Competitive Advantage through Innovation and Entrepreneurship, IGI Global-Chapter 31, (Scopus).

3. **Uzkurt, C.** (2013). *Pazarlama Çevresi ve Pazar Fırsatlarının Analizi*, Pazarlama İlkeleri, ed. Torlak, Ö. ve Özmen, M., 20-43, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 3012.
4. **Uzkurt, C.** (2012). *Yenilik Çeşitleri ve Yeniliğin Yayılması*, Yenilik Yönetimi, ed. Uzkurt, C., Demirci, A.E., 16-35, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 2602.
5. **Uzkurt, C.** (2012). *Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*, Yenilik Yönetimi, ed. Uzkurt, C., Demirci, A.E., 64-80, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 2602.
6. **Uzkurt, C.** (2012). *İşletmelerde Yeniliği Belirleyen Faktörler ve Uygulamalar*, Yenilik Yönetimi, ed. Uzkurt, C., Demirci, A.E., 82-99, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 2602.
7. **Uzkurt, C.** (2012). *Yenilikçi Girişimcilik*, Girişimcilik ve KOBİler, ed. Erdoğan, B.Z., 42-67, Ekin Yayınları.
8. **Uzkurt, C.** (2012). *KOBİlerde Ar-Ge ve İnovasyon*, Girişimcilik ve KOBİler, ed. Erdoğan, B.Z., 218-230, Ekin Yayınları.
9. **Uzkurt, C.** (2009). *Pazar Fırsatları Ölçümü ve Pazar Çekiciliği Analizi*, Pazarlama Stratejileri Yönetimsel Bir Yaklaşım, ed. Torlak, Ö., Altunışık, R., 137-162, Beta Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
10. **Uzkurt, C.** (2007). *Tüketim Sürecindeki Pasiflikten Katılımcı Müşteriye*, Postmodern Dünyada Tüketimi Yeniden Anlamlandıracak Yeni Müşteri, ed. Torlak, Ö., Altunışık, R., Özdemir, Ş., 67-92, Hayat Yayınları, İstanbul.
11. Torlak, Ö., **Uzkurt, C.** (2007). "Kültürel Etkileşim ve Yeni Tüketici", Postmodern Dünyada Tüketimi Yeniden Anlamlandıracak Yeni Müşteri, ed. Torlak, Ö., Altunışık, R., Özdemir, Ş., 93-110, Hayat Yayınları, İstanbul.

## DERGİ VE KİTAP EDITÖRLÜĞÜ

1. Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi-Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, (2012-Devam Ediyor).
2. Uzkurt, C., Demirci, A.E., (2012). Yenilik Yönetimi, (Editör), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 2602.



## YÖNETİLEN TEZLER

1. Dörtüol, İ. (2012). “*Ulusal Kültürün Algılanan Hizmet Kalitesi ve Algılanan Müşteri Değeri Üzerindeki Etkisi: Turizm Sektöründe Bir Araştırma*”, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (İkinci Danışman).
2. Eminoğlu, G. (2011). “*Örgütsel Kültür ve Yenilikçiliğin Performansa Etkilerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma*”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
3. Bölükbaşı, B. (2008). “*Marka Yayma Stratejisini Etkileyen Tüketici İlişkili Faktörlerin Tüketicilerin Satınalma Niyetleri Üzerine Etkisi: Ampirik Bir Çalışma*”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
4. Paylan, M.A. (2007) “*Algılanan Hizmet Kalitesi, Müşteri Değeri ve Müşteri Tatmininin Davranışsal Niyetler Üzerine Etkisi (Karayolu Ulaşım Sektöründe Bir Uygulama)*”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
5. Coşkun, İ. (2007). “*Müşteri Tatmini ve Müşteri Değerinin Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi: Süpermarket ve Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma*”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
6. Demircioğlu, H. (2004). “*Üretim Programı Değişiklik Nedenlerinin Stoka Bağlı Para Üzerindeki Etkileri ve Büyük Ölçekli Bir Firma üzerinde Uygulama*”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
7. Bulat, F. (2010). “*Yeni Ürünlerin Benimsenmesinde Kişisel Değerlerin Etkisi ve Mersin İlinde Bir Uygulama*”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (İkinci danışman).
8. Zengin, M.A. (2010). “*Gıda, Hazır Giyim ve Mobilya Sektörlerinde Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerinde Marka, Mağaza ve Fiyat Etkilerinin İç Anadolu ve Marmara Bölgeleri Açısından Karşılaştırılması*”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (İkinci danışman).
9. Çelik, İ. (2010). “*Yüksek Öğretimde Hizmet Kalite Algısının Ölçümü: Yüksek Lisans Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (İkinci danışman).

**10.** Eskiler, E. (2009). *“Bilgi Yönetimi ve Pazar Odaklılık ile Pazarlama Yeniliği Arasındaki İlişkiyi Ölçmeye Yönelik Mobilya Sektöründe Bir Araştırma”*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (İkinci danışman).

**11.** Tekcangil, R. (2009). *“Örgüt Kültürünün Örgütsel Yenilik ve Pazarlama Yeniliği Üzerindeki Etkilerini Ölçmeye Yönelik Gazlı İçecek Sektöründe Bir Araştırma”*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009. (İkinci danışman).

## ATIFLAR

Uzkurt, C. 2017. “Yenilik (İnovasyon) Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü (Kültürel, Yönetimsel ve Makro Yaklaşım)”, Beta Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.

[1. Baskı: Uzkurt, C. 2008. “Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü”, Beta Yayınları, İstanbul] için atıflar:

1. Gürkan, G.Ç., Tükeltürk, Ş.A. (2017). “Strategies for Innovative Organization Structure: Innovative Culture and Open Innovation”, Global Business Strategies in Crisis, ed. Hacıoğlu, Ü., Dinçer, H., Alayoğlu, N., Springer International Publishing, 185-199.
2. Demirel, Y., Savaş, Y. (2017). “Nepotizmin Yenilik Ve Yetenek Yönetimi Üzerine Etkisi”, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 129-142, (ASOS Index).
3. Şahin-İzmirli, Ö., Gürbüz, O. (2017). “Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Durumları ve Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği”, *SDU International Journal of Educational Studies*, 4(1), 29-43, (Directory of Research Journals Indexing).
4. Tekin, Z., Avados, Y., Gümüş, S. (2016). “Uluslararası Pazarlarda İnovasyon Stratejileri: Türkiye ve Dünyadan Beyaz Eşya Sektörü İnovasyon Örnekleri”, *Journal of International Social Research*, 9(46), 850-856, (EBSCO).
5. Işık, N., Kılınç, E.C. (2016). “İnovasyon-Temelli Ekonomi: Seçilmiş Ülkeler Üzerine Bir Uygulama”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 13-27, (EconLit).
6. Günçavdı, G., Polat, S. (2016). “Level of Intercultural Competence of International Students at Kocaeli University”, *Universal Journal of Educational Research*, 4(12A), 39-45, (EBSCO).
7. Işık, C., Işık, Z., Tırak, L. (2016). “Turizm Amaçlı Konaklama İşletmelerinde Duygusal Emek ile Bireysel Yenilikçilik İlişkisi: Palandöken Örneği”, *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 2(2), 117-133, (Ulrich's Periodicals Directory).

8. Bakır, A.A. (2016). "Innovation Management Perceptions of Principals", *Journal of Education and Training Studies*, 4(7), 1-13, (Ulrich's).
9. Yıldız, T., Aykanat, Z. (2016). "Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Yenilikçilik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(2), 198-228, (*The Directory of Open Access Repositories – OpenDOAR*).
10. Pınar, İ., Arıkan, C. (2015). "Örgütsel Öğrenme Yeteneği ile Örgütsel Yenilik Arasındaki İlişki: Tekstil Sektöründe Bir Araştırma. *İstanbul University Journal of the School of Business*, 44(2), 65-76, (EBSCO).
11. Özçifci, V. (2015). "Tüketici Yenilikçiliği ve Moda Yenilikçiliği İlişkisinin İncelenmesi", *Social Sciences*, 10(4), 135-148, (EBSCOHost).
12. Uzunbacak, H.H. (2015). "Organize Sanayi Bölgelerindeki İşletmelerin Yenilikçilik Durumlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi: Isparta ve Burdur OSB Örneği", *Journal of International Social Research*, 8(40), 815-821, (EBSCO).
13. Karataş, S., Gök, R., Özçetin, S. (2015). "Okul Yöneticilerinin Yenilik Yönetimi Yeterliklerine İlişkin Öğretmen Algıları", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(33), 167-185. (*Directory of Research Journals Indexing*).
14. Gümüş, S., Gümüş, H. G. (2015). "Marketing of Innovation In Business", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 181, 261-268, (*Conference Proceedings Citation Index*).
15. Doğan, B., Albeni, M. (2015). "Türk İmalat Sanayisinde Firma Düzeyinde Yeniliğin Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 87-98, (EBSCOHost).
16. Kiracı, M., Arsoy, M.F. (2014). "Araştırma Geliştirme Giderlerinin İşletmelerin Kârlılığı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: IMKB Metal Eşya Sektöründe Bir Araştırma", *Muhasebe ve Denetim Bakis*, 13(41), 33-48, (EBSCO).

17. Erciş, A., Can, P. (2014). "Müşteri İlişkileri Yönetiminin İnovasyon Stratejilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma", *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 19-66, (ASOS Index).
18. Naktiyok, A., Gürsoy, A. (2014). "Yenilik Yönetim Performansı ve Duygusal Zekâ Yeteneği", *Journal of International Social Research*, 7(35), 712-729, (EBSCO).
19. Özdemir, Ö.G., Özer, D. (2014). "Yenilikçilik mi? Tüketim mi?: Yenilikçi Tüketime Eleştirel Bir Yaklaşım ve Nitel Bir Analiz", *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 3(4), 61-84, (Open Academic Journal Index).
20. Erdoğan, D.G., Güneş, D.Z. (2013). "The Relationship Between Individual Innovativeness and Change Readiness Conditions of Students Attending Faculty of Education", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (106), 3033-3040, (Conference Proceedings Citation Index).
21. Coşkun, S., Mesci, M., Kılınç, İ. (2013). "Stratejik Rekabet Üstünlüğü Sağlama Aracı Olarak İnovasyon Stratejileri: Kocaeli Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma", *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(28), 101-132, (EBSCOHost).
22. Bozkurt, O., Göral, M. (2013). "Modern Liderlik Tarzlarının Yenilik Stratejilerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(4), 1-14, (EconLit).
23. Öncü, M. A., Mesci, M., Şahin, Ö., Faikoğlu, S. (2013). "Finansal Yeniliklerin İşletme Performansına Etkisi: İstanbul'daki Hizmet İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma", *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(3), 119-129, (EBSCOHost).
24. Ozan, M. B., Karabatak, S. (2013). "Secondary School Administrators' Approaches to Innovation Management and Encountered Problems", *International Online Journal of Educational Sciences*, 5(1), 258-273, (EBSCO).
25. Işık, N., Kılınç, E. C. (2012). "İnovasyon-Güdümlü Kalkınma: Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme", *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 1(1), 31-68, (Open Academic Journal Index).

26. Özdevecioğlu, M., Biçkes, D.M. (2012). “Örgütsel Öğrenme ve İnovasyon İlişkisi: Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Araştırma”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (39), 19-45, (EconLit).
27. Göl, E., Bülbül, T. (2012). “İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Yenilik Yönetimi Yeterliklerine İlişkin Öğretmen Algıları”, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 97-109, (EBSCOHost).
28. Kılıçer, K., Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164, (Scopus).
29. Avcı, U. (2009). “Öğrenme Yönelimliliğinin Yenilik Performansı Üzerine Etkisi: Muğla Mermer Sektöründe Bir İnceleme”, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10), 121-138, (Index Copernicus).
30. Kılıçer, K. (2009). “Position of Twenty-First Century Teachers: Evaluation in terms of Innovation and Technology”, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 1(1), 1479-1484, (Conference Proceedings Citation Index).

**Uzkurt, C., Kumar, R., Kimzan, H. S., Eminoğlu, G. (2013). “Role of Innovation in the Relationship between Organizational Culture and Firm Performance: A Study of the Banking Sector in Turkey”, *European Journal of Innovation Management*, 16 (1), 92 – 117 için atıflar:**

1. Kasemsap, K. (2017). “Exploring the Role of Organizational Culture in Modern Organizations”, *Comprehensive Problem-Solving and Skill Development for Next-Generation Leaders*, ed. Broom, B., Davis, B., Gaillard, N., E. Lee, D., Surry, D, 116-138, IGI Global.
2. Karabay, M. E., Çağıl, G. (2017). “Examining Financial Innovation and Performance in Financial Sector: A Comprehensive Review of Emerging Markets”, *Global Business Strategies in Crisis*, ed. Hacıoğlu, Ü., Dinçer, H., Alayoğlu, N., 353-369, Springer International Publishing.
3. Ramaseshan, B., Rabbane, F. K., Burford, O. (2017). “Combined Effects of Franchise Management Strategies and Employee Service Performance on Customer Loyalty: A Multilevel Perspective”, *Journal of Strategic Marketing*, 1-19, (Scopus).

4. Agyapong, F. O., Agyapong, A., Poku, K. (2017). "Nexus Between Social Capital And Performance Of Micro and Small Firms in An Emerging Economy: The Mediating Role of Innovation", *Cogent Business & Management*, 4(1), 1-20, (EBSCO).
5. Ahmed, A., Othman, I. B. L. (2017). "Relationship Between Organizational Resources and Organizational Performance: A Conceptualize Mediation Study", *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 6(1), 10-27, (EBSCOHost).
6. Joicewarnalatha, R., Muralikrishna, V. (2017) "The Mediating Role of Leadership in Relationship to Job Satisfaction and Organization Commitment", *International Journal of Recent Scientific Research*,8(5), 16987-16990, (Index Copernicus).
7. Çalık, E., Çalışır, F., Çetingüç, B. (2017). "A Scale Development for Innovation Capability Measurement", *Journal of Advanced Management Science*, 5(2), 69-76, (Ulrich's).
8. Sattayaraksa, T., Boon-itt, S. (2016). "CEO Transformational Leadership and the New Product Development Process: The Mediating Roles of Organizational Learning and Innovation Culture", *Leadership & Organization Development Journal*, 37(6), 730-749, (Scopus).
9. Khan, N. (2016). "Leveraging Communication Information Communication Technology Systems (Icts) As A Driver of Innovation Within the South African Healthcare Sector", Diss. University of Pretoria, (Yurtdışı Tez).
10. Del Giudice, M., Campanella, F., Dezi, L. (2016). "The Bank of Things: An Empirical Investigation on The Profitability of the Financial Services of the Future", *Business Process Management Journal*, 22(2), 324-340, (Scopus).
11. Wahjudi, D., Singgih, M. L., Suwignjo, P., Baihaqi, I. (2016). "The Relationship between Organisational Culture and Firm Performance: An Empirical Study on Indonesian Manufacturing Firms", *International Journal of Productivity and Quality Management*, 18(1), 1-18, (Scopus).
12. Badr, N.G. (2016). "Empowering IT Organizations' Capabilities of Emerging Technology Integration Through User Participation in Innovations Based on

- IT*”, Digitally Supported Innovation, ed. Caporarello, L., Cesaroni, F., Giesecke, R., Missikoff, M., Lecture Notes in Information Systems and Organisation Book Series, 18 (11-33). Springer International Publishing, (*Scopus*).
13. Tufail, M. S., Ismail, H., Zahra, S. (2016). “The Impact of Work Social Support on Firm Innovation Capability: The Meditational Role of Knowledge Sharing Process and Job Satisfaction and Moderating Role of Organizational Trust”, *Pakistan Journal of Social Sciences*, 36(2), 1215-1228, (*MedLit*).
  14. Latif, K. F., Ullah, M. (2016). “An Empirical Investigation into the Relationship Between Organizational Culture, Internal Service Quality (ISQ) and Organizational Performance”, *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 9(31-53), (*EBSCOHost*).
  15. Ravjee, B. (2016). “The impact of Corporate Entrepreneurship on Service Innovation in The Financial Services Industry”, Diss. University of Pretoria, (*Yurtdışı Tez*).
  16. Badr, N.G. (2016). “A Framework of Mechanisms for Integrating Emerging Technology Innovations in IT Services Companies”, Information and Communication Technologies in Organizations and Society, ed. Ricciardi, F., Harfouche, A., Lecture Notes in Information Systems and Organisation Book Series, 15 (101-123). Springer International Publishing, (*Scopus*).
  17. Young, C.J. (2016). “Knowledge Management and Innovation on Firm Performance of United States Ship Repair”, Diss. Walden University, (*Yurtdışı Tez*).
  18. Mürsepp, M. (2016). “Linkage between organizational culture and organizational performance based on Estonian business organizations”, Diss. University of Tartu, (*Yurtdışı Tez*).
  19. Kamaluddin, A., Hasan, H.A., Arshad, R., Samah, S.A.A. (2016). “Social Capital and Innovation Capital: Accountability Towards Small Medium Enterprises’ (Smes) Sustainable Performance”, *Malaysian Accounting Review*, 15(1), 197-223, (*EBSCOHost*).



20. Hamid, S. M. A. (2016). "The Mediating Role of Organizational Culture on The Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Organizational Performance", Diss. Sudan University of Science and Technology, (*Yurtdışı Tez*).
21. Obeidat, B.Y., Abdallah, A.B., Aqqad, N.O., Akhoershiedah, A.H.O.M., Maqableh, M. (2016). "The Effect of Intellectual Capital on Organizational Performance: The Mediating Role of Knowledge Sharing", *Communications and Network*, 9(1), 1-27, (*Open J-Gate*).
22. Çalışır, F., Gümüşsoy, C. A., Başak, E., Gürel, G. (2016). "Effect of Organizational Learning, Transformational Leadership, and Market Orientation on Firm Performance", *International Journal of Innovation and Technology Management*, 13(3), 1-22, (*Scopus*).
23. Çakıcı, A., Çalhan, H., Karamustafa, K. (2016). "Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde İnovasyon ve İşletme Performansı İlişkisi", *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 2(1), 51-84, (*ASOS Index*).
24. Chaotechuang, P. (2016). "Investigating Innovation Strategies of New Product Development: Multiple Case Study of Thai Food and Beverage Manufacturing SMEs", Diss. Business School of Bangkok University, (*Yurtdışı Tez*).
25. Holt, G. D., Goulding, J. S. (2016). "Positioning Construction Businesses on An 'Evolution-Innovation' continuum: Conceptualization of the 'Equivocal Zone'", *International Journal of Construction Management*, 16(3), 220-233, (*Scopus*).
26. Alkailani, M., Kumar, R. (2016). "Impacting Innovativeness: The Role of Interpersonal Influences and Cultural Dimensions on Consumer Innovativeness", *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 11(1), 62-78, (*EBSCOHost*).
27. Simpson, C. D. (2016). "The Role Organizational Culture Plays on Adult Learning in the Workplace: A Qualitative Exploratory Study", Diss. Capella University, (*Yurtdışı Tez*).

28. Sattayaraksa, T., Boon-itt, S. (2015). "A Study of CEO Transformational Leadership, Organizational Factors and Product Innovation Performance: Scale Development and A Theoretical Framework", *International Journal of Innovation Science*, 7(2), 107-126, (Scopus).
29. Al-Nabhani, S. K. M., Taderera, F., Somasundaram, B. (2015). "Analysing Innovative Practices for Oman Firms to Excel on Global Markets and Networking and Linking with Higher Education", *International Journal of Higher Education Management*, 2(1), 92-105, (EBSCOHost).
30. Latif, K.F., Baloch, K.B. (2015) "Role of Internal Service Quality (ISQ) in the relationship between Internal Marketing and Organizational Performance", *Abasyn Journal of Social Sciences*, 8 (2), 230-250, (EBSCOHost).
31. Sridhar, M., Ganesan, P. (2015). "Service Innovation Barriers and Facilitators and Their Effects on Customer Satisfaction and Relationship Improvement", *International Journal of Services and Operations Management*, 21(1), 87-111, (Scopus).
32. Yiğitcanlar, T., Bulu, M. (2015). "Dubaiization of Istanbul: Insights from the Knowledgebased Urban Development Journey of An Emerging Local Economy", *Environment and Planning A*, 47, 89-107, (Scopus).
33. Rahman, S.A., Taghizadeh, S.K., Ramayah, T. Ahmad, N.H. (2015) "Service Innovation Management Practices in the Telecommunications Industry: What Does Cross Country Analysis Reveal?", 4(810), *SpringerPlus*, (Scopus).
34. Urban, W. (2015). "The Lean Management Maturity Self-Assessment Tool Based on Organizational Culture Diagnosis", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 728-733, (Conference Proceedings Citation Index).
35. Rahil, M. (2015). "Export Market Orientation, Organizational Knowledge and Export Market Performance: The Mediating Effect of Organizational Innovation", Diss. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, (*Yurtdışı Tez*).
36. Chen, S. (2015). "The Character, Causes and Consequences of IS Strategic Misalignment in A Chinese State Owned Enterprise", Diss. University of Sheffield, (*Yurtdışı Tez*).

37. Slaughter, C. L. (2015). "Organizational Innovation's Moderation of Culture Effects on Company Financial Performance", Diss. Walden University (*Yurtdışı Tez*).
38. Ude, S. O. (2015). "Technological Change and Employee Motivation in A Telecom Operations Team", Diss. Walden University, (*Yurtdışı Tez*).
39. Akın, Ö., Reyhanoğlu, M. (2014). "İşletme Büyüklükleri Bağlamında Türkiye'nin İnovasyon Portresi (2002-2008 Dönemi)", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 23-51, (*EBSCOHost*).
40. Valmohammadi, C., Roshanzamir, S. (2014). "The Guidelines of Improvement: Relations Among Organizational Culture, TQM and Performance", *International Journal of Production Economics*, 164, 167-178, (*SCI-E*).
41. Moon, H.K., Byoung, K.C. (2014). "How An Organization's Ethical Climate Contributes to Customer Satisfaction and Financial Performance: Perceived Organizational Innovation Perspective", *European Journal of Innovation Management*, 17 (1), 85-106, (*Scopus*).
42. Ndung'u., S.I. (2014). "Moderating Role of Entrepreneurial Orientation on the Relationship between Information Security Management and Firm Performance in Kenya", Diss. Jomo Kenyatta University of Agriculture and Technology, (*Yurtdışı Tez*).
43. Pratono, A. H., Mahmood, R. (2014). "The Moderating Effect of Environmental Turbulence in the Relationship between Entrepreneurial Management and Firm Performance", *Universal Journal of Management*, 2(7), 285-292, (*EconLit*).
44. Ghorbani, H., Fakhri, K. (2014). "The Study of Impact Tacit Knowledge Exchange between Sales and Marketing on Improving Marketing Performance: Case Study: Isfahan Mobarakeh Steel", *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(9), 121-137, (*EBSCOHost*).

45. Pratono, A. H., Mahmood, R. (2014). "Social Capital and Firm Performance: Moderating Effect of Environmental Turbulence", *Asian Social Science*, 10(19), 59, (Ulrich's).
46. Henderson-Carter, R. S. (2014). "A Business Case for Return on Investment: Understanding Organizational Change", Diss. Walden University, (Yurtdışı Tez).
47. Sibanda, F. A., Obert, S. (2014). "Managing Organizational Culture Change, Corporate Change and Performance. A Case Study of GG Furniture Limited", *The International Journal of Business & Management*, 2(10), 279-284, (Index Copernicus).
48. Taghizadeh, S.K., Rahman, S.A. (2013). "The Effect of Service Product Innovation Management on Market Performance through Organizational Culture: In Context of Service Product Industry" 1 (1), *International Journal of Business and Innovation*, (Scopus).

**Uzkurt, C., Şen, R. (2012). "Örgüt Kültürü ve Örgütsel Yeniliğin Pazarlama Yeniliğine Etkisi: Gazlı İçecek Sektöründe Bir Araştırma", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3), 27-50 için atıflar:**

1. Eskiler, E., Ekici, S., Soyer, F., Sarı, I. (2016). "The Relationship between Organizational Culture and Innovative Work Behavior for Sports Services in Tourism Enterprises", *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 69(1), 53-64, (Scopus).
2. İraz, R., Altınışık, İ. (2016). "Örgüt İçi Faktörlerin Yenilik ve Yaratıcılık Performansına Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama", *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 11, 114-132, (Directory of Research Journals Indexing - DRJI).
3. Gürsoy, A., Güven, B. (2016). "Effect of Innovative Culture On Intrapreneurship", *International Journal of Business and Social Science*, 7(1), 152-162, (İndeks Copernicus).
4. Eskiler, E., Geri, S., Sertbaş, K., Çalık, F. (2016). "The Effects of Organizational Culture on Organizational Creativity and Innovativeness in the Sports Businesses", *Anthropologist*, 23(3), 590-597. (Scientific World Index).

5. Yiğit, S. (2014). Kùltür, örgüt kùltürü ve inovasyon ilişkisi bağlamında “İnovasyon Kùltürü”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(27), 1-7, (EBSCO).

**Uzkurt, C., Kumar, R., Kimzan, H.S., Sert, H. (2012). “The Impact of Environmental Uncertainty Dimensions on Organizational Innovativeness: An Empirical Study on SMEs”, *International Journal of Innovation and Technology Management*, 16 (2) için atıflar:**

1. Rangus, K., Slavec, A. (2017). “The Interplay of Decentralization, Employee Involvement and Absorptive Capacity on Firms' Innovation and Business Performance”, *Technological Forecasting & Social Change*, Article In Press, (SSCI).
2. Efrat, K., Gilboa, S., Yonatany, M. (2017). “When Marketing and Innovation Interact: The Case of Born-Global Firms”, *International Business Review*, 26, 380-390, (SSCI).
3. De Toni, A.F., De Zan, G. (2016). “Organisational Capabilities for Internal Complexity: An Exploration in The Coop Stores”, *Business Process Management Journal*, 22(1), 196-230, (Scopus).
4. Ferreira, A., Teixeira, A.L. (2016). “Intra-and Extra-Organisational Foundations of Innovation Processes—The Information and Communication Technology Sector under the Crisis in Portugal”, *International Journal of Innovation Management*, 20(6), (ESCI).
5. Story, W.K., (2016). “Impact of Supply Chain Technology Response Capability on Firm Performance and Supply Chain Technology Performance”, Diss. The University of Memphis, (Yurtdışı Tez).
6. Xu, H., Taute, H.A., Dishman, P., Guo, J. (2015). “Examining Causal Relationships among International Experience, Perceived Environmental Uncertainty, Market Entry Mode and International Performance”, *International Marketing in the Fast Changing World (Book Series: Advances in International Marketing - Volume 26)*, ed. Stöttinger, B., Schlegelmilch, B.B., Zou, S., 135-156, Emerald Group Publishing Limited.

7. Urban, B., Sefalafala, M.R. (2015). "The Influence of Entrepreneurial Intensity and Capabilities on Internationalisation and Firm Performance", *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 18(2), 260-276, (SSCI).
8. Hansen, E. (2014). "Innovativeness in the face of decline: Performance implications", *International Journal of Innovation Management*, 18(5), (ESCI).
9. Urban, B., Mothusiwa, M. (2014). "Planning Flexibility and Entrepreneurial Orientation: A Focus on SME Performance and the Influence of Environmental Perceptions", *Management Dynamics: Journal of the Southern African Institute for Management Scientists*, 23(1), 58-73, (*The International Bibliography of Social Sciences – IBSS*).
10. Murimbika, M., Urban, B. (2014). "Strategic Innovation at the Firm Level: The Impact of Strategic Management Practices on Entrepreneurial Orientation", *International Journal of Innovation Management*, 18(2), (ESCI).
11. Sawang, S., Zolin, R., Matthews, J., Bezemer, M. (2014). "Innovation in the Australian Spatial Information Industry", *Exploration and Exploitation in Early Stage Ventures and SMEs* (Book Series: Technology, Innovation, Entrepreneurship and Competitive Strategy - Volume – 14), ed. Stettner, U., Aharonson, B.S., Amburgey, T.L., Chapter 9, 211-236, Emerald Group Publishing Limited.
12. Murimbika, M., Urban, B. (2013). "Strategic Management Practices and Corporate Entrepreneurship: A Cluster Analysis of Financial and Business Services Firms in South Africa", *African Journal of Business Management*, 7 (16), 1522-1535, (*ABI/Inform-Complete*).
13. Bialk-Wolf, A., Pechlaner, H., Nordhorn, C. (2013). "The Role of Culture in Building Regional Innovation Systems and Its Impact on Business Tourism – The Case of the Nuremberg Metropolitan Region", *Poznań University of Economics Review*, 13 (4), 111-129, (*EBSCO*).

14. Sebest., M.R. (2013). "The New Small Business Leader: Skills for Managing Today's Turbulent Business Environment", Diss. Capella University, (*Yurtdışı Tez*).

**Kumar, R., Uzkurt, C. (2011). "Investigating The Effects of Self Efficacy on Innovativeness and the Moderating Impact of Cultural Dimensions", *Journal of International Business and Cultural Studies*, 4 (1) için atıflar:**

1. Hossain, S., Saleh, M.A., Drennan, J. (2017). "A Critical Appraisal of the Social Entrepreneurship Paradigm in An International Setting: A Proposed Conceptual Framework", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13, 347-368, (SSCI).

2. Istanbuli, A. (2017). "Self-efficacy and Entrepreneur's Capabilities: Effects on the Performance of Palestinian Women-Led Firms", *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 2(1), 15-36, (cnpLINKer (CNPIEC)).

3. Pasricha, P., Singh, B., Verma, P. (2017). "Ethical Leadership, Organic Organizational Cultures and Corporate Social Responsibility: An Empirical Study in Social Enterprises", *Journal of Business Ethics*, 1-18, DOI: 10.1007/s10551-017-3568-5, (SSCI).

4. Buana, Y. (2017). "The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of University Students by Adopting Linan Model", *Binus Business Review*, 8(1), 67-75. (*Directory of Open Access Journal – DOAJ*).

5. Li, C.Y. (2016). "Self-Efficacy and Innovation Effectiveness in the Online Game Industry", *Total Quality Management*, 1-21, (SSCI).

6. Li, C.Y., Fang, Y.H. (2016). "How Online Service Recovery Approaches Bolster Recovery Performance? A Multi-Level Perspective", *Service Business*, 10, 179-200, (SSCI).

7. Verma, P., Rao, M.K. (2016). "Organisational Performance As A Function of Creativity Components and Innovation Capability: An Indian Perspective", *International Journal of Business Performance Management*, 17 (1), 44-64, (Scopus).

8. Sitar, A.S., Černe, M., Aleksić, D., Mihelič, K.K. (2016). "Individual Learning Styles and Creativity", *Creativity Research Journal*, 28 (3), 334-341, (SSCI).
9. Fatoki, O., Oni, O. (2016). "The Financial Self-efficacy of Spaza Shop Owners in South Africa", *Journal of Social Sciences*, 47(3), 185-190, (ProQuest-IBSS).
10. Sabah, Ş., Koçak, A. (2016). "The Impact of Cognition on New Value Creation within the Institutional Theory Perspective", *Entrepreneurship - Practice-Oriented Perspectives*, ed. Franco, M., InTech, (Chapter 6), (BKCI).
11. Pasricha, P., Rao, M. K. (2016). "Reviewing the Relationship Between Ethical Leadership and Proactive CSR and Their Impact on Social Innovation: Towards A Multilevel Mediation Model", *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 4(3), 183-201, (Academic OneFile (Gale)).
12. Kostopoulos, G., Rizomyliotis, I., Konstantoulaki, K. (2015). "Determinants of Physicians' purchase Intention for Innovative Services: Integrating Professional Characteristics with Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behaviour", *International Journal of Innovation Management*, 19(2), (Scopus).
13. Ketter, C.K., Arfsten, M.C. (2015). "Culture and Entrepreneurial Self-Efficacy in Kenya", *International Business Research*, 8 (3), 99-111, (EconLit).
14. Tarafdar, M., Pullins, E.B., Ragu-Nathan, T.S. (2015). "Technostress: Negative Effect on Performance and Possible Mitigations", *Information Systems Journal*, 25, 103-132, (Scopus).
15. Chen, Y.S., Chang, C.H., Yeh, S.L., Cheng, H.I. (2015). "Green shared vision and green creativity: the mediation roles of green mindfulness and green self-efficacy", *Quality & Quantity*, 49, 1169-1184, (SCI-E).
16. Jain, R. (2015). "Employee innovative behavior: a conceptual framework", *Indian Journal of Industrial Relations*, 51(1), 1-16, (EBSCO).
17. Akbari, B., Khodadady, N., Moosavi, S.M.J., Asli, S.A., Rouhi Balasi, L., (2015). "Comparison of the Effect of Cognitive Strategies and Assertiveness Training



on General Self-Efficacy of Female Students”, *Research in Medical Education*, 7(3), 40-48, (*Ulrichsweb*).

18. Chen, Y. S., Chang, C. H., Lin, Y. H. (2014). “Green Transformational Leadership and Green Performance: The Mediation Effects of Green Mindfulness and Green Self-Efficacy”, *Sustainability*, 6(10), 6604-6621, (*Scopus*).

19. Davis, S. G. (2014). “A quantitative examination of minority women entrepreneurs: Mentoring & self-efficacy”, Diss. Capella University, (*Yurtdışı Tez*).

20. Akdoğan, M.Ş., Karaarslan, M.H., (2013). “Tüketici Yenilikçiliği”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(2), (*EBSCOHost*).

21. Garipağaoğlu, B. C. (2013). “The Effect of Self-Efficacy on the Lifelong Learning Tendencies of Computer Education and Instructional Technologies Students: A Case Study”, *Journal of Human Sciences*, 10(1), 224-236, (*EBSCOHost*).

22. Tsai, P. K. (2013). “The Effects of Knowledge Characteristics on Self-Efficacy and Innovativeness–A Case of Revenue Service Bureau”, Diss. National Sun Yat-sen University-Taiwan, (*Yurtdışı Tez*).

23. Basaffar, A.A. (2012). “Understanding the Entrepreneurial Potential of Female Saudi Arabian Family and Consumer Sciences Students and Businesswomen”, (*Yurtdışı Tez*).

24. Singh, M., Sarkar, A. (2012). “The Relationship between Psychological Empowerment and Innovative Behavior”, *Journal of Personnel Psychology*, 11(3), 127-137, (*SSCI*).

25. Hsiao, H. C., Tu, Y. L., Chang, J. C., Chen, S. C. (2011). “The Influence of Teachers’ Self-Efficacy on Innovative Work Behavior”, *International Proceedings of Economics Development and Research*, 5(1), 233-237, (*Ulrich’s Periodicals Directory*).

26. Hsiao, H.C., Chang, J.C., Tu, Y.L., Chen, S.C. (2011). "The Impact of Self-efficacy on Innovative Work Behavior for Teachers", *International Journal of Social Science and Humanity*, 1 (1), 31-36, (ProQuest).

**Eskiler, E., Özmen, M., Uzkurt, C. (2011). "Bilgi Yönetimi, Pazar Odaklılık ve Pazarlama Yeniliği İlişkisi: Mobilya Sektöründe Bir Araştırma", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 31-70 için atıflar:**

1. Yılmaz, A., Akdeniz, B. (2016). "Bir Kamu Yönetimi Sorunsalı Olarak Terör Kaynaklı Krizlerin Yönetimi: Türkiye-ABD Karşılaştırması", *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(1), 343-368, (EBSCO).
2. Güler, Y.B. (2014). "Müşteri Odaklılık, Marka Güvenilirliği Ve Yerel Perakende Sadakati İlişkisi", *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(2), 225-245, (EBSCO).

**Erdoğan, Z., Uzkurt, C. (2010). "Effects of Ethnocentric Tendency on Consumers' Perception of Product Attitudes for Foreign and Domestic Products", *Cross Cultural Management: An International Journal*, 17 (4), 393-406 için atıflar:**

1. Šliburytė, L., Bankauskienė, G. (2017). "The Impact of Country of Origin Effect on Consumer Attitude towards Product", *Management of Organizations: Systematic Research*, (76), 133-147, (EBSCO).
2. Ferrina, P.F., Bande b, B., Galán-Ladero, M.M. (2017). "Parental Influence on The Levels of Regional Ethnocentrism of Youth: An Exploratory Analysis", *Spanish Journal of Marketing – ESIC*, 21 (1), 52-62, (EBSCO).
3. Maier, E., Wilken, R. (2017). "Broad and Narrow Country-of-Origin Effects and the Domestic Country Bias", *Journal of Global Marketing*, 0 (0), 1-19, (Scopus).
4. Tuncer, M. A., Gökşen, H. (2016). "İçecek Sektöründe Tüketici Etnosentrizmi: Türkiye-Hollanda Karşılaştırmalı Uygulaması", *International Review of Economics and Management*, 4(1), 67-95, (ASOS Index).

5. Isa, A.M., Saud, M.B., Ismail, M.D. (2016), "Examining Reasons for Post-Purchase Satisfaction in Buying Local Brands: When Local Meets Local", *Asia Pacific Management Review*, 21, 48-61, (Scopus).
6. Shah, K.A.M., Ibrahim, H.A., (2016). "The Impact of Consumer Boycott, Ethnocentrism and Patriotism in Malaysia", *The Social Sciences*, 11 (19), 4622-4627, (Scopus).
7. Pilar Fernández, F., Bande-Vilela, B., Klein, J.G., del Río-Araújo, M.L. (2015). "Consumer Ethnocentrism and Consumer Animosity: Antecedents and Consequences" *International Journal of Emerging Markets*, 10 (1), 73-88, (Scopus).
8. Jiménez-Guerrero, J. F., Gázquez-Abad, J. C., del Carmen Linares-Agüera, E. (2014). "Using Standard CETSCALE and Other Adapted Versions of the Scale for Measuring Consumers' Ethnocentric Tendencies: An Analysis of Dimensionality", *BRQ Business Research Quarterly*, 17(3), 174-190, (SSCI).
9. Deb, M., Chaudhuri, H.R. (2014). "Impact of Firm's Reputation and Ethnocentrism on Attitude Towards Foreign Products", *Marketing Intelligence & Planning*, 32 (5), 646-664, (Scopus).
10. Šmaižienė, I., Vaitkienė, R. (2014). "Consumer Ethnocentrism and Behavior in A Market of Dietary Supplements", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 156, 463-467, (Conference Proceedings Citation Index).
11. Taborecka-Petrovicova, J., Gibalova, M. (2014). "Measurement of Consumer Ethnocentrism of Slovak Consumers" *International Review of Management and Marketing*, 4(4), 247-258, (IndexCopernicus).
12. Çilingir, Z. (2014), "Tüketici Etnik Kökenciliği Eğilimi Ölçeği (Cetscale): İstanbul İli Tüketicileri Üzerine Bir Pilot Araştırma", *International Journal of Economic & Administrative Studies*, 7 (13), 209-232, (EconLit).
13. Iacob, A.I. (2014). "Country-of-Origin Effect and Consumer Brand Perception: A Developed and Emerging Market Perspective", Diss. Aalborg University, (Yurtdışı Tez).

14. Maina, S. (2014). "Influence of Perceived Value and Demographics On the Relationship Between Consumer National Ethnocentrism and Willingness of University of Nairobi Community to Buy Commercial Banking Services in Kenya", Diss. University of Nairobi, (*Yurtdışı Tez*).
15. Kreppel, H., Holtbrügge, D. (2013). "Perceptions of Chinese and Indian brand personalities in Germany", *Multinationals and Global Consumers*, ed. Chan, T.S., Geng, C., 225-254, Palgrave Macmillan UK, (Part III).
16. Kayabaşı, A., Demireli, C. (2013). "A Comparative Analysis of Consumer Ethnocentrism Tendencies: An Empirical Study of Turkish and Azerbaijani University Students", *International Journal of Marketing and Technology*, 3(7), 155-181, (*EconLit*).
17. Eren, S.S. (2013). "Young Consumers' Attitudes Toward American Products", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 489-495, (*Conference Proceedings Citation Index*).
18. Wanninayake, W. M. C. B., Chovancová, M. (2012). "Consumer Ethnocentrism and Attitudes towards Foreign Beer Brands: with Evidence from Zlin Region in The Czech Republic", *Journal of Competitiveness*, 4(2), 3-19, (*EBSCOHost*).
19. Kreppel, H., Holtbrugge, D. (2012). "The Perceived Attractiveness of Chinese Products by German Consumers—A Sociopsychological Approach", *Journal of Global Marketing*, 25(2), 79-99, (*Scopus*).
20. Deb, M., Chaudhuri, H.R. (2012). "Assessing the Ethnocentric Tendencies of Different Age-Cohorts in an Emerging Market", *Journal of Indian Business Research*, 4 (4), 244-268, (*Scopus*).
21. Kumar, A., Fairhurst, A., Kim, Y.K. (2011). "Ethnocentric Tendencies of Indian Consumers: Impact on Preference for Domestic Versus Foreign Products", *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 21 (4), 323-341, (*Scopus*).

**Uzkurt, C. (2010). "Customer Participation in the Services Process: A Model and Research Proposition", *International Journal of Services and Operations Management*, 6 (1), 17-37 için atıflar:**

1. Chen, S.C., Raab, C., Tanford, S., (2017). "Segmenting Customers by Participation: An Innovative Path to Service Excellence", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29 (5), (Scopus).
2. Lia, M., Hsu, C. (2017). "Customer Participation in Services and Its Effect on Employee Innovative Behavior", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(2), 164-185, (Scopus).
3. Chen, S.C., Raab, C. (2017). "Construction and Validation of the Customer Participation Scale", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(2), 131-153, (SSCI).
4. Hau, L.N., Tram Anh, P.N., Thuy, P.N. (2017). "The Effects of Interaction Behaviors of Service Frontliners on Customer Participation in the Value Co-Creation: A Study of Health Care Service", *Service Business*, 11 (2), 253-277, (SSCI).
5. Azila, J., Zaminor, Z., Mohammad, I., Asma, A.N., Zamanira, M.Z.S., Hafizah, M. N., Liyani, M. A. (2017). "The Impact of Tangible Quality on Re-Patronage Intention among Fast-Food Consumers", *International Business Management*, 11(1), 1-7, (MedLit).
6. Li, M. (2016). "The Effect of Customer Participation on Employee Innovative Behavior", Diss. The Hong Kong Polytechnic University, (Yurtdışı Tez).
7. Jia, J., Wang, J. (2016). "Do Customer Participation and Cognitive Ability Influence Satisfaction?", *The Service Industries Journal*, 36 (9-10), 416-437, (SSCI).
8. Helminen, P., Mäkinen, S., Holopainen, M. (2016). "Better User-Developer Communication in Service Development by Collaborative Physical Modelling", *International Journal of Services and Operations Management*, 23(2), 169-186, (Scopus).
9. Straus, L., Robbert, T., Roth, S. (2016). "Customer Participation in the Customization of Services—Effects on Satisfaction and Behavioral Intentions", *Journal of Business Market Management*, 9(1), 498-517, (EconLit).

10. Asif, M., Awan, M. U., Jajja, M. S. S., Ahmad, H. (2016). "Developing A Scale for Service Quality Measurement in Banks", *International Journal of Services and Operations Management*, 23(2), 153-168, (Scopus).
11. Cha, M. K., Yi, Y., Bagozzi, R. P. (2016). "Effects of Customer Participation in Corporate Social Responsibility (CSR) Programs on the CSR-Brand Fit and Brand Loyalty", *Cornell Hospitality Quarterly*, 57(3), 235-249, (SSCI).
12. Hau, L.N., Thuy, P.N. (2016). "Customer Participation to co-Create Value in Human Transformative Services: A Study of Higher Education and Health Care Services", *Service Business*, 10, 603-628, (SSCI).
13. Santos, T. F. D., Leite, M. S. A. (2016). "Performance Measurement System in Supply Chain Management: Application in the Service Sector", *International Journal of Services and Operations Management*, 23(3), 298-315, (Scopus).
14. Helminen, P. (2016). "Advancing the Lead User Method and Its Adoption in Organizations", Diss. Aalto University, (Yurtdışı Tez).
15. Seppänen, K., Huiskonen, J., Karppinen, H. (2015). "Customer Input Management in Service Processes: Needs and Tools", *International Journal of Business Innovation and Research*, 9(1), 100-114, (Scopus).
16. binti Jaini, A., binti Ahmad, N. A. (2015). "Determinant Factors that Influence Customers' Experience in Fast Food Restaurants in Sungai Petani, Kedah", *Journal of Entrepreneurship and Business*, 3(1), 60-71, (EBSCOHost).
17. Pai, F. Y. (2015). "The Effects of Perceived Justice and Experience on Service Recovery Satisfaction and Post-Purchase Behaviours in the Airline Industry", *International Journal of Services and Operations Management*, 21(2), 175-186, (Scopus).
18. Mohd-Any, A.A., Asraf, A., Winklhofer, H., Ennew, C. (2014). "Measuring Users' Value Experience on A Travel Website (e-Value): What Value Is Cocreated by the User?", *Journal of Travel Research*, 54(4), 496-510, (SSCI).
19. Seppänen, K., Huiskonen, J., Karppinen, H. (2014). "Customer Input Failures in Service Processes", *International Journal of Services and Operations Management*, 17(4), 439-452, (Scopus).

20. Hassanzadeh, R., Mahdavi, I., Mahdavi-Amiri, N. (2014). "A Web-Based Multi-Optimisation Approach for Convergent Product Networks Using the Steiner Tree", *International Journal of Services and Operations Management*, 17(2), 142-167, (Scopus).
21. White, S. W., Bordoloi, S. K. (2014). "A Review of DEA-Based Resource and Cost Allocation Models: Implications for Services", *International Journal of Services and Operations Management*, 20(1), 86-101, (Scopus).
22. Sutrisno, A., Kwon, H.M., Lee, T.J., Ae, J.H. (2013). "Improvement Strategy Selection in FMEA: Classification, Review and New Opportunity Roadmaps", *Operations and Supply Chain Management*, 6 (2), 54-63, (Index Copernicus).
23. Trinh, T. H., Kachitvichyanukul, V. (2013). "An Analytical Framework for the Design of Service Delivery Systems: A co-Production Approach", *International Journal of Operational Research*, 17(1), 125-144, (Scopus).
24. Akroush, M.N., Abu-ElSamen, A.A., Samawi, G.A., Odetallah, A.L. (2013). "Internal Marketing and Service Quality in Restaurants", *Marketing Intelligence & Planning*, 31 (4), 304-336, (Scopus).
25. Trinh, T. H., Kachitvichyanukul, V. (2013). "A Unified Framework for the Design of Service Systems", *International Journal of Services and Operations Management*, 15(3), 374-388, (Scopus).
26. Balazin, N., Stefanic, N. (2013). "Lean Concept Implementation in A Consulting Company", *International Journal of Services and Operations Management*, 15(3), 275-292, (Scopus).
27. Gupta, S., Dasgupta, S., Chaudhuri, R. (2012). "Critical Success Factors for Experiential Marketing: Evidences from the Indian Hospitality Industry", *International Journal of Services and Operations Management*, 11(3), 314-334, (Scopus).
28. Shahin, A., Janatyan, N., Nasirzaheh, N. (2012). "Service Quality Robust Design-with A Case Study in Airport Services", *International Journal of Productivity and Quality Management*, 9(3), 404-421, (Scopus).

29. Tinnilä, M. (2012). "A Classification of Service Facilities, Servicescapes and Service Factories", *International Journal of Services and Operations Management*, 11(3), 267-291, (Scopus).
30. Migdadi, Y. K. A. A. (2012). "Identifying the Effective Banking Service Delivery Process Design Strategy in Developing Economies (The Case of Jordan)", *International Journal of Services and Operations Management*, 11(4), 428-448, (Scopus).
31. Portioli-Staudacher, A., Tantardini, M. (2012). "Investigating the Main Problems in Implementing Lean in Supply Chains of Service Companies", *International Journal of Services and Operations Management*, 11(1), 87-106, (Scopus).
32. Kumar, D., Singh, J., Singh, O., Seema. (2012). "A Decision Support System for Analysis of Effects of Timely Fulfillment of Customer Demand in Supply Chain Management Practices", *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 61, 809-826, (SCI-E).
33. Yu, L.L. (2012). "The Moderating Role of Involvement on Elderly Participation and Perceived Service Quality in Recreational Services", Diss. The Hong Kong Polytechnic University, (*Yurtdışı Tez*).
34. Dahiyat, S. E., Akroush, M. N., Abu-Lail, B. N. (2011). "An Integrated Model of Perceived Service Quality and Customer Loyalty: An Empirical Examination of the Mediation Effects of Customer Satisfaction and Customer Trust", *International Journal of Services and Operations Management*, 9(4), 453-490, (Scopus).
35. Kamble, S. S., Dhume, S. M., Raut, R. D., Chaudhuri, R. (2011). "Measurement of Service Quality in Banks: A Comparative Study Between Public and Private Banks in India", *International Journal of Services and Operations Management*, 10(3), 274-293, (Scopus).
36. Jaaron, A., Backhouse, C. J. (2011). "A methodology for the Implementation of Lean Thinking in Manufacturing Support Services", *International Journal of Services and Operations Management*, 9(4), 389-410, (Scopus).



37. Bask, A., Lipponen, M., Rajahonka, M., Tinnilä, M. (2011). "Modularity in Logistics Services: A Business Model and Process View", *International Journal of Services and Operations Management*, 10(4), 379-399, (Scopus).
38. Kumar, D., Singh, O. P., Singh, J. (2011). "Integrated Supply Chain: A Survey of Indian Textile Organisations", *International Journal of Services and Operations Management*, 9(4), 411-428, (Scopus).
39. Bagodi, V., Mahanty, B. (2011). "Designing and Pre-Testing A Questionnaire for Two-Wheeler Services", *International Journal of Services and Operations Management*, 10(3), 348-377, (Scopus).

**Torlak, Ö., Uz Kurt, C., Özmen, M. (2010). "Dimensions of Service Quality in Grocery Retailing: A Case from Turkey", *Management Research Review*, 33 (5), 413-422 için atıflar:**

1. Joudeh, J.M.M. (2017). "The Influence of the Store Internal Dimensions on the Customer Loyalty: A Comparative Study between Sameh Mall and Khalid Mall", *International Journal of Marketing Studies*, 9(1), 139-149, (EBSCOHost).
2. Naresha, B., Reddyb, D.B.S., Pricildac, U. (2016). "A Study on the Relationship Between Demographic Factor and e-Learning Readiness among Students in Higher Education", *Sona Global Management Review*, 10(4), 1-49, (EBSCO).
3. Verma, H.V., Duggal, E. (2015). "Retail Service Quality in India: Construct Exploration and Measure Development", *South Asian Journal of Global Business Research*, 4(1), 129-148, (ESCI).
4. Duggal, E. (2015). "Retail Store Service Quality: Insights from Indian Retail", *Drishtikon: A Management Journal*, 6(2), 83-100, (Ulrich's Web).
5. Jabeen, S., Hamid, A.B.A., Rehman, S.U. (2015). "Switching Intentions: A Case of Saudi Arabian Hypermarkets", *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2015, 5(Special Issue), 215-222, (Scopus).
6. Tanwar, S., Kaushik, V.K. (2015). "Determining the Relative Importance of Critical Factors in Delivering Retail Service Quality: A Lesson for Indian

- Retailers”, *Apeejay Journal of Management and Technology*, 10(1), 1-11, (*J-Gate Plus*).
7. Uz, N.N., Gültekin, B. (2015). “Yöre Dışı Alışverişin Tüketiciler Açısından İncelenmesi”, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 41-85, (*ProQuest*).
  8. Anselmsson, J., Johansson, U. (2014). “A Comparison of Customer Perceived Service Quality in Discount Versus Traditional Grocery Stores An Examination of Service Quality Measurement Scales in A Swedish Context”, *International Journal of Quality and Service Sciences*, 6(4), 369-386, (*Scopus*).
  9. Deb, M., Lomo-David, E. (2014). “Evaluation of Retail Service Quality Using Analytic Hierarchy Process”, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42(6), 521-541, (*Scopus*).
  10. Yarumoğlu, E.K. (2014). “Turkish Retail Industry and the Relations with Albania”, *European Scientific Journal*, Special Edition (1), 114-124, (*EBSCO*).
  11. Dölarıslan, E.Ş. (2013), “Kalite, Değer ve Tatminin Davranışsal Niyet Üzerine Etkileri: Perakendecilik Sektöründe Alternatif Modellerin Değerlendirilmesi”, *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 31(2), 15-52, (*EconLit*).
  12. Kitapçı, O., Dörtıyol, İ.T., Yaman, Z., Gülmez, M. (2013). “The Paths from Service Quality Dimensions to Customer Loyalty An Application on Supermarket Customers”, *Management Research Review*, 36(3), 239-255, (*Scopus*).
  13. Akroush, M.N., Abu-ElSamen, A.A., Jaradat, N.A. (2011). “The Influence of Mall Shopping Environment and Motives on Shoppers’ Response: A Conceptual Model and Empirical Evidence”, *International Journal of Services and Operations Management*, 10(2), 168-198, (*Scopus*).
  14. Yaghi, D.S. (2010). “A Customised Scale for Measuring Retail Service Quality in a College Shop: A Context Specific Approach”, Diss. University of Northumbria, (*Yurtdışı Tez*).

**Kumar, R., Uzkurt, C. (2010). "Can Innovativeness be Impacted by Interpersonal Influences and Do Cultural Dimensions Play A Moderating Role? An Investigation in the Turkish Context", *The Journal of Global Business Management*, 6(2), 1-12 için atıflar:**

1. Alkailani, M., Kumar, R. (2016). "Impacting Innovativeness: The Role of Interpersonal Influences and Cultural Dimensionson Consumer Innovativeness", *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 11(1), 62-78, (EBSCOHost).
2. Wang, E.S.T. (2015). "The Role of Player Innovativeness in Adopting New Online Games: Bidimensional and Hierarchical Perspectives", *International Journal of Technology Marketing*, 10(3), 236-247, (Academic OneFile - Gale).
3. Allen, J. (2015). "Measuring Culture of Innovation: A Validation Study of the Innovation Quotient Instrument", Diss. University of North Texas, (Yurtdışı Tez).

**Uzkurt, C. (2007). "Müşteri Değeri ve Tatmininin Satın Alım Sonrası Gelecek Eğilimlere Etkisi Üzerine Ampirik Bir Çalışma", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 25-43 için atıflar:**

1. Başarangil, İ. (2016). "The Relationships Between the Factors Affecting Perceived Service Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions Among Theme Park Visitors", *Tourism and Hospitality Research*, DOI: 10.1177/1467358416664566, (Scopus).
2. İlban, M.O., Kaşlı, M., Bezirgan, M. (2015). "Effects of Destination Image and Total Perceived Value on Tourists' Behavioral Intentions: An Investigation of Domestic Festival Tourists", *Tourism Analysis*, 20(5), 499-510. (Thomson Reuters Web of Science).
3. Akın, E., Seçgin, Y. (2014). "Müşteri Değeri Algısında Fayda ve Maliyet Etkileşiminin Analizi-Otomobil Tercihi Örneği", *Gaziosmanpaşa Journal of Scientific Research*, 9, 26-44, (Directory of Research Journals Indexing - DRJI).
4. Erigüç, G., Özer, Ö., Turaç, I.S., Songur, C. (2014). "Organizational Silence Among Nurses: A Study of Structural Equation Modeling", *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 4(1), 150-162, (EBSCOHost).

5. Biçici, F., Köroğlu, Ç. (2013). “Restoran İşletmelerinde Ürün Demetleme Uygulaması Olarak Set Menülerin Yabancı Turist Algılamalarına Etkisi”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 52-58, (*Index Copernicus*).

6. Onaran, B., Bulut, Z.A., Özmen, A. (2013). “Müşteri Değerinin, Müşteri Tatmini, Marka Sadakati ve Müşteri İlişkileri Yönetimi Performansı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Business and Economics Research Journal*, 4(2), 37-53, (*EBSCOHost*).

7. Teke, A., Cengiz, E., Çetin, M., Demir, C., Kirkbir, F., Fedai, T. (2012). “Analysis of the Multi-Item Dimensionality of Patients’ Perceived Value in Hospital Services”, *Journal of Medical Systems*, 36(3), 1301-1307, (*SCI-E*).

8. Emir, O., Çelik, S. (2010). “Beş Yıldızlı Termal Otel İşletmesi Yöneticilerinin Müşteri Değeri Algılarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar’da Bir Uygulama”, *Journal of Management & Economics*, 17(1), 69-81, (*EconLit*).

**Uzkurt, C. (2007). “Tüketicilerin Yenilikleri Benimseme Eğilimleri Üzerinde Kişisel Değerlerin Etkisi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 241-261 için atıflar:**

1. Bülbül, H., Özoğlu, B. (2014). “Tüketici Yenilikçiliği ve Algılanan Riskin Satın Alma Davranışına Etkisi”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 44, 43-58, (*EconLit*).
2. Özdemir, Ö.G., Özer, D. (2014). “Yenilikçilik mi? Tüketim mi?: Yenilikçi Tüketime Eleştirel Bir Yaklaşım ve Nitel Bir Analiz”, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 3(4), 61-84, (*Open Academic Journal Index*).
3. Köker, N.E., Maden, D. (2012). “Hazcı ve Faydacı Tüketim Bağlamında Tüketicinin Ürün Temelli Yenilikçiliği Algılaması: Ampirik Bir Araştırma”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 94-121, (*İndeks Copernicus*).
4. Yıldırım, M., Tayfun, A. (2010). “Turistlerin Tüketim Davranışları Kültüre/Milliyete Göre Farklılık Gösterir mi? Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 43-64, (*İndeks Copernicus*).

5. Türk, M.S., Akçay, H. (2010). "Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kurum İmajına Etkisi Üzerine Bir Çalışma: Trabzon Belediyesi", *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31, 141-180, (EBSCO).

**Uzkurt, C., Torlak, Ö. (2007). "İşletmelerin Müşteri Değeri Yaratma Çabaları Üzerinde Öğrenme ve Pazar Odaklı Kültürün Etkileri", *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 25(1), 239-257 için atıflar:**

1. Kuşluyan, S., Başoda, A., Kuşluyan, H. (2016). "Konaklama İşletmelerinde Çalışanların Müşteri Odaklılığının İşgören Devrine Etkisi: İş Tatmininin Aracılık Rolü", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 79-95, (EBSCO - Hospitality & Tourism Complete).
2. Özer, L., Burul, B. G., Gültekin, B. (2013). "Bankacılık Sektöründe Müşteri Değerinin Marka Algıları ve Müşteri Sadakati Çerçevesinde İncelenmesi", *Sosyoekonomi*, 295-313, (EconLit).
3. Kuşluyan, S., Eren, D. (2011). "İşgörenlerin kişilik özelliği olarak hizmet verme yatkınlığı ve ölçümü: Bir literatür taraması", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 139-153, (EBSCO - Hospitality & Tourism Complete).

**Uzkurt, C., Özmen, M. (2006). "Pazarlama Yöneticileri için Yeni Bir Fırsat: Sanal Topluluklar", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, VIII (1), 23-40 için atıflar:**

1. Akdoğan, M.Ş., Altuntaş, B. (2015). "Covert Marketing Strategy and Techniques", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 135-148, (Conference Proceedings Citation Index).
2. Aktan, E. (2015). "Yeni Ekonomik Sistemde Elektronik Pazarlama", *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 38, 122-142, (ASOS İndeks).
3. Olgun, B. (2015). "Sosyal Medyanın Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(12), 484-507, (EBSCOHost).
4. Durukan, T., Bozacı, I., Hamşioğlu, A.B. (2013). "Determination of Interaction Expectations of Consumer with Firm through Social Media: A Field Research

with Kirikkale University Students”, *International Review of Management and Business Research*, 2(2), 480-487, (*International Scientific Indexing - ISI*).

5. Ventura, K. (2012). “Sanal Marka Topluluklarında Topluluk Üyelerinin Marka ile Özdeşleşme Düzeylerinin Öncülleri ve Sonuçları: Yapısal Bir Model Önerisi”, *Journal of Management and Economics*, 19(2), 197-217, (*EBSCOHost*).

**Torlak, Ö., Uzkurt, C. (2005). “Kola Markası Kişiliklerinin Üniversite Öğrencileri Tarafından Algılanması”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(2), 15-31 için atıflar:**

1. Aksoy, S., Mehmet, B.A.Ş. (2016). “Türkiye’de Faaliyet Gösteren GSM Operatörlerinin Marka Kişiliklerinin Karşılaştırılması Üzerine Ampirik Bir Çalışma”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 509-538, (*EBSCO*).
2. Dirsehan, T. (2015). “Coca Cola’nın Uluslararası Pazarlama Stratejilerine Yönelik Bir Yazın Taraması”, *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 18-42, (*ASOS İndeks*).
3. Canbaz, S., Çiçek, H., Eyidiker, U. (2014). “A Research on Brand Addiction”, *IIB International Refereed Academic Social Sciences Journal*, 5(15), 135-154, (*EBSCOHost*).
4. Yildirim, S. (2014). “Young Consumer's Perception of Brand Personality for Ice Tea Brands in Turkey”, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(4), 270-284, (*EBSCOHost*).
5. Özgüven, N., Karataş, E. (2010). “Genç Tüketicilerin Marka Kişiliği Algılamalarının Cinsiyete Göre Değerlendirilmesi: Mcdonald’s ve Burger King”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 139-163, (*EBSCO*).

**Uzkurt, C. (2002). “Çevresel Belirsizliklere Karşı Rekabet Avantajı Yakalamada Stratejik Esnekliğin Rolü ve Firma Performansına Etkileri”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 1-20 için atıflar:**

1. Duran, C., Akçi, Y. (2015), "Impact of Competitive Strategies and Supply Chain Strategies on the Firm Performance under Environmental Uncertainties Borsa Istanbul Case in the Manufacturing Sector", *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(1), 1-33, (Ulrich's ProQuest).
2. Çalışkan, A., Akkoç, İ. (2012). "Girişimci ve Yenilikçi Davranışın İş Performansına Etkisinde Çevresel Belirsizliğin Rolü", *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 1-29, (EBSCO).
3. Öztürk, N., Karabıyık, H. (2007). "Rekâbet Stratejileri ve Türk Bankacılık Sektöründe Uygulanabilecek Rekâbet Stratejilerinin Değerlendirilmesi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 229-253, (EBSCOHost).

## VERDİĞİ DERSLER

1. Yenilik ve Ürün Geliştirme
2. Örgütlerde Yenilik Yönetimi
3. Yenilik Teorisi
4. Üretim Yönetimi
5. Pazarlama Stratejileri
6. Tüketici Davranışları
7. Pazarlama Araştırmaları
8. Yenilik Yönetimi
9. Pazarlama Yönetimi
10. Satış Yönetimi
11. Halkla İlişkiler
12. Pazarlama Ahlakı
13. Araştırma Yöntemleri
14. İşletme Yönetimi
15. Pazarlama ve Örgüt Kültürü