



HATICE ANIL DEĞERMEN

DR.ÖĞR.ÜYESİ

E-posta : degermen@istanbul.edu.tr

İş Telefonu : [+90 212 440 0000](tel:+902124400000) Dahili: 11614

İş Telefonu : [+90 212 440 0000](tel:+902124400000) Dahili: 11776

Adres : İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İşletme Bölümü

Üretim Yönetimi ve Pazarlama A.B.D. Beyazıt/Eminönü

İSTANBUL

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0003-4799-9619

Publons / Web Of Science ResearcherID: AAD-8007-2020

Yoksis Araştırmacı ID: 203613



Öğrenim Bilgisi

Doktora 1998 - 2004	İstanbul Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı İşletme Bilim Dalı , Türkiye
Yüksek Lisans 1996 - 1998	İstanbul Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Uluslararası İşletmecilik Yüksek Lisans Programı, Türkiye
Lisans 1989 - 1994	İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İngilizce İktisat Bölümü, Türkiye

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Sertifika, Kurs ve Eğitimler

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Uzaktan Eğitim Hizmet İçi Sertifika Programı, İstanbul Üniversitesi, 2014

Diğer, Girişimcilik Sertifika Programı, KOSGEP, 2013

Yaptığı Tezler

Doktora, Hizmet Kalitesi ile Müşteri Sadakatinin Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama , İstanbul Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı İşletme Bilim Dalı , 2004

Yüksek Lisans, Kar Amacı Olmayan Organizasyonlarda Pazarlama Ve Bir Uygulama, İstanbul Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İşletmecilik Yüksek Lisans Programı, 1998

Akademik Unvanlar / Görevler

Dr.Öğr.Üyesi
2018 - Devam Ediyor

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Bölümü

Yrd.Doç.Dr.
2009 - 2018

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Bölümü

Araştırma Görevlisi
1998 - 2009

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Bölümü

Jüri Üyelikleri

Tez Savunma (Doktora), Tez savunma, İstanbul Üniversitesi, Mayıs, 2017

Tez Savunma (Doktora), Tez savunma, İstanbul üniversitesi, Temmuz, 2016

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez savunma, İstanbul üniversitesi, Şubat, 2016

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- Tüketicilerin Yabancı Cep Telefonu Markalarını Yeniden Satın Alma Niyetleri Üzerinde ve Kurumsal İmajın etkisi**
DEĞERMEN H. A., DOĞAN E., Noyan A. G.
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED), cilt.34, sa.2, ss.101-124, 2017 (SCI-Expanded)
- Toplam Kalite Yönetiminin İç ve Dış Müşterilerin Performans Değerlendirmesi Üzerine Etkisi**
KAZAN H., DEĞERMEN H. A., Gökçenur Yurtman G.
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları, cilt.15, sa.1, ss.43-65, 2017 (SCI-Expanded)
- Hizmet Personelinin Müşteri Odaklı Davranışlarının Müşterilerin Algılamaları Üzerindeki Etkisinin Saptanmasına Yönelik Bir Araştırma**
DEĞERMEN ERENKOL H. A.
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, cilt.8, sa.30, ss.185-193, 2008 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- Duyusal Markalamanın Marka Farkındalığı Üzerine Etkisi**
DEĞERMEN H. A.
Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.11, ss.16-36, 2017 (Hakemli Dergi)
- Corporate Social Responsibility and Consumers' Perceptions of Social Responsibility Activities**
DOĞAN E., DEĞERMEN H. A.
Eurasian Academy of Sciences Eurasian Business Economics Journal, cilt.2, sa.2, ss.625-647, 2016 (Hakemli Dergi)
- Women Entrepreneurship and Microfinance in Turkey**
ÇAK D., DEĞERMEN ERENKOL H. A.
Eurasian Academy of Sciences, Eurasian Business & Economics Journal, cilt.2, sa.8, ss.93-105, 2015 (Hakemli Dergi)
- Sensory Marketing**
DEĞERMEN ERENKOL H. A., Ak M.
Journal of Administrative Sciences and Policy Studies, cilt.3, ss.1-26, 2015 (Hakemli Dergi)
- Women Entrepreneurship an Microfinance in Turkey**

ÇAK D., DEĞER MEN H. A.

Eurasian Academy of Sciences, Eurasian Business & Economic Journal, cilt.2, sa.8, ss.93-105, 2015 (Hakemli Dergi)

6. **An Analysis of the Relationship Between Socio-Demographic and Economic Statues of the Employees of Istanbul University, Faculty of Economics and Their Purchasing Decision Criteria**

DEĞER MEN ERENKOL H. A., YAŞAR AKÇALI B.

The Business Review Cambridge, cilt.22, ss.76-87, 2014 (Hakemli Dergi)

7. **Customers' Perceived Brand Equity and a Research on the Customers of Bellona Which is a Turkish Furniture Brand**

DEĞER MEN ERENKOL H. A., Duygun A.

The Journal of American Academy of Business, cilt.16, ss.93-109, 2010 (Hakemli Dergi)

8. **Hizmet Kalitesi Ölçümünde Kullanılan SERVQUAL Modelinin Zayıf Olduğu İleri Sürülen Teorik ve Uygulama Yönlerine Yönelik Olarak Yapılan Değerlendirmeler**

DEĞER MEN ERENKOL H. A.

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, sa.48, ss.72-86, 2005 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

1. **Cause Related Marketing**

DEĞER MEN H. A.

Emerging Trend in Business: An Interdisciplinary Approach, Kazan, H; Baykal, M., Editör, Peter Lang Publishing, Inc., Frankfurt, ss.77-90, 2017

2. **Turistik Ürün Satın Alma Sürecinde Değerleme Döngülü Pazarlama**

DEĞER MEN ERENKOL H. A.

Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında 7P ve 7C, Cevdet Avcıkurt, Şehnaz Demirkol, Burhanettin Zengin, Editör, Değişim Yayınevi, İstanbul, ss.351-369, 2009

3. **Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakat**

DEĞER MEN ERENKOL H. A.

Türkmen Kitapevi, İstanbul, 2006

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

1. **A Research on Entrepreneurship Tendencies of University Students: A Research Study of Istanbul University Faculty of Economics**

Kazan H., Yolaç S., Değermen H. A.

6th Economic Research and Financial Market Congress with International Partipication, Konya, Türkiye, 12 - 14 Mayıs 2022, ss.13

2. **Bakım Kartlarından Üreyen Rutin Olmayan İşlerin Adam Saat Tahmini: Türk Hava Yolları Teknik Üzerinde Bir Uygulama**

AVUNDUK Z. B., KAZAN H., DEĞER MEN H. A.

III. International Applied Social Sciences Congress (C-IASOS – 2019), İzmir, Türkiye, 4 - 06 Nisan 2019, ss.1

3. **Entrepreneurship in the Ottoman Empire**

DEĞER MEN H. A.

IBAC 8th International Balkan Annual Conference, Zagrep, Hırvatistan, 26 - 28 Eylül 2018

4. **Tüketici Hayat Tarzının Hedonik Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkileri**

DEĞER MEN H. A.

International Conference on Empirical Economics and Social Sciences, Balıkesir, Türkiye, 27 - 28 Haziran 2018

5. **Marka İletişiminde Hikayeleştirme'nin Marka Bağlılığına Olan Etkisi**

KAZAN H., DEĞER MEN H. A.

- International Conference on Empirical Economics and Social Sciences, Balıkesir, Türkiye, 27 - 28 Haziran 2018
6. **Sosyal Girişimciliğin Sürdürülebilir Gelişme Üzerindeki Etkisi**
DEĞERMEN H. A., DOĞAN E.
International EMI Entrepreneurship Socail Sciences Congress, Lefkoşa, Kıbrıs (Kkct), 27 - 29 Nisan 2018, ss.146
 7. **Strategic Entrepreneurship**
DEĞERMEN H. A., DOĞAN E.
II.European Congress on Economic Issues, Kocaeli, Türkiye, 16 - 18 Kasım 2017, sa.10, ss.114
 8. **A Comprehensive Review on the Role of Marketing Innovation in a Sustainable Competitive Advantage**
BOYDAK ÖZTAŞ Y. B., DEĞERMEN H. A., DOĞAN E.
International Conference on Global Competition Innovation Management, İstanbul, Türkiye, 9 - 11 Kasım 2017, ss.96
 9. **Entrepreneurial Brand**
DEĞERMEN ERENKOL H. A.
World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, İstanbul, Türkiye, 28 - 30 Mayıs 2015, cilt.195, ss.1138-1145
 10. **Sponsorship As a Communication Tool and Its Advantages**
DEĞERMEN ERENKOL H. A.
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 7.Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Bildiriler Kitabı, Çanakkale, Türkiye, 3 - 05 Aralık 2010, ss.342-359

Akademik İdari Deneyim

2015 - 2018	Bölüm Başkan Yardımcısı	İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme
-------------	--------------------------------	---

Yönetilen Tezler

- DEĞERMEN H. A., PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI VE VİRAL PAZARLAMA, Yüksek Lisans, S.İŞÇİ(Öğrenci), Devam Ediyor
- DEĞERMEN H. A., SATIŞ GELİŞTİRME VE FUARCILIK VE TÜRKİYE'DEKİ BEAUTY EUROSİA ULUSLARARASI KOZMETİK FUARI ÖRNEĞİ, Yüksek Lisans, B.İNDİGARANOVA(Öğrenci), Devam Ediyor
- DEĞERMEN H. A., TEDARİKÇİ FİRMA İTİBARININ ENDÜSTRİYEL MÜŞTERİNİN ALGILADIĞI DEĞER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: İZMİR İLİNDE BİR ARAŞTIRMA, Doktora, M.AK(Öğrenci), Devam Ediyor
- DEĞERMEN H. A., AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA ve BU İLETİŞİME İHTİYAÇ DUYULMA NEDENLERİ, Yüksek Lisans, S.TAMTÜRK(Öğrenci), Devam Ediyor
- DEĞERMEN H. A., BAYİ YÖNETİMİ VE BAYİ PERFORMANSI ÜZERİNDE SATIŞ PRİM TEŞVİK UYGULAMALARININ ETKİSİ: LASTİK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, M.ATILMIŞ(Öğrenci), Devam Ediyor
- DEĞERMEN H. A., İNOVASYON VE REKABET İLİŞKİSİ: HAVACILIK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, E.ŞENGÜL(Öğrenci), Devam Ediyor
- DEĞERMEN H. A., Belirlenmedi, Yüksek Lisans, İ.ALKAN(Öğrenci), Devam Ediyor
- DEĞERMEN H. A., REKABET ORTAMINDA MÜŞTERİ ODAKLILIĞIN KOBİ'LERİN PERFORMANSINA ETKİLERİ, Yüksek Lisans, D.SULTANOVA(Öğrenci), Devam Ediyor
- DEĞERMEN H. A., MARKA DEĞERİ ve BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, A.KORALTÜRK(Öğrenci), Devam Ediyor
- DEĞERMEN H. A., MÜŞTERİ GRUPLARI TEMELLİ DİNAMİK FİYATLANDIRMANIN MÜŞTERİ ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE'DE PERAKENDE SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, D.KOLSUZ(Öğrenci), Devam Ediyor
- DEĞERMEN H. A., Belirlenmedi, Yüksek Lisans, R.ZEYNALLI(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., DİJİTAL İÇERİK PAZARLAMA VE DİJİTAL İÇERİK PAZARLAMA UYGULAMALARININ TÜKETİCİ ALGILAMALARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: BOYA-KİMYA SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, N.ABBASOV(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., Belirlenmedi, Doktora, H.SÖNMEZ(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., AMACA YÖNELİK PAZARLAMANIN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, Ş.GÜNDÜZ(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., Belirlenmedi, Yüksek Lisans, H.DEMİROĞLU(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI: MODA SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI, Yüksek Lisans, B.ARDİÇ(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., MÜŞTERİ TATMİNİ VE SADAKATİ: VERİ MADENCİLİĞİ UYGULAMASI, Yüksek Lisans, S.OKBAY(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., MARKA YÖNETİMİ VE TÜKETİCİ TERCİHLERİ İLİŞKİSİ: SERAMİK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, Y.YELEKİN(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., DUYUSAL MARKALAMANIN MARKA DEĞERİNE ETKİSİ VE BİR ARAŞTIRMA, Doktora, A.KILIÇ(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., Belirlenmedi, Yüksek Lisans, F.DEMİRTAŞ(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., SOSYO-KÜLTÜREL FAKTÖRLERİN MÜŞTERİ SADAKATİ VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: ORGANİK GIDA SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, M.UZAKOVA(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., İNTERNET ÜZERİNDEN ALIŞVERİŞ YAPAN TÜKETİCİLERİ YÖNLENDİREN PAZARLAMA UYGULAMALARI, Yüksek Lisans, B.TÜRKAY(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., TEDARİK ZİNCİ YÖNETİMİNDE SENKRONİZASYON:NETLOG LOJİSTİK HİZMETLERİ ÖRNEĞİ, Yüksek Lisans, F.ŞİMŞEK(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., HİZMET KALİTESİ VE MÜŞTERİ TATMİNİ VE BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, Ç.CEYLAN(Öğrenci), Devam Ediyor

DEĞER MEN H. A., SOSYAL PAZARLAMA, Yüksek Lisans, Y.ERŞAN(Öğrenci), 2018

DEĞER MEN H. A., Pazarlama Etiği, Yüksek Lisans, D.COŞKUN(Öğrenci), 2018

DEĞER MEN H. A., Yeşil Pazarlama ve Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans, S.GÜLBETEKİN(Öğrenci), 2018

DEĞER MEN H. A., Etiğin Kurumsallaşması; Türkiye'de İş Etiği İle İlgili Kurumlar ve Kuruluşlar, Yüksek Lisans, T.Çağrı(Öğrenci), 2018

DEĞER MEN H. A., Pazar Yönlülük ve İş Performansına Etkisi, Yüksek Lisans, C.TEZEL(Öğrenci), 2018

DEĞER MEN H. A., E-Ticaretin Geleneksel Turizm Pazarlamasına Olan Etkisi, Yüksek Lisans, P.YIKELAMU(Öğrenci), 2018

DEĞER MEN H. A., Sosyal Medyada Eğitim Hizmetleri Pazarlaması: Bir Literatür Çalışması, Yüksek Lisans, P.ERDOĞAN(Öğrenci), 2018

DEĞER MEN H. A., KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELERDE E-TİCARET KULLANIMI, E-TİCARETİN KOBİLERE OLUMLU VE OLUMSUZ ETKİLERİ, Yüksek Lisans, Y.BEYHAN(Öğrenci), 2017

DEĞER MEN H. A., MOBİLYA SEKTÖRÜNDE LOJİSTİK VE TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, T.KIZILÖZ(Öğrenci), 2017

DEĞER MEN H. A., Pazarlamada Yeni Bir Yaklaşım Olarak Nöropazarlama, Yüksek Lisans, M.KETEN(Öğrenci), 2017

DEĞER MEN H. A., Yiyecek İçecek İşletmelerinde Nöropazarlama, Yüksek Lisans, V.AKKUŞ(Öğrenci), 2017

DEĞER MEN H. A., Pazarlamada Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları ve Bunun Tüketici Algılamaları Üzerindeki Etkileri, Yüksek Lisans, Y.Hakan(Öğrenci), 2017

DEĞER MEN H. A., İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Yıldız Holding Örneği, Yüksek Lisans, M.YALMANCI(Öğrenci), 2017

DEĞER MEN H. A., Pazarlama'da Dijital Platformlar ve Sosyal Medya Reklamcılığı, Yüksek Lisans, G.ÇELİKMAN(Öğrenci), 2017

DEĞER MEN H. A., Açık Hava Reklamcılığının Satın Alma Kararına ve Marka Bilinirliğine Etkileri, Yüksek Lisans, İ.KAYAN(Öğrenci), 2017

DEĞER MEN H. A., Nöropazarlama Kapsamında Tüketicilerin Televizyon reklamlarına Gösterdikleri Duygulanımın ve Bilişsel Tepkilerin Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans, E.Ece(Öğrenci), 2017

DEĞER MEN H. A., İÇERİK MARKALAŞTIRMA STRATEJİSİ KAPSAMINDA SEÇİLEN PAZARLAMA KARMASI

ELEMANLARININ MARKA DENKLİĞİNE ETKİSİ: İNTEL ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA, Yüksek Lisans, B.CEBECİ(Öğrenci), 2012

Metrikler

Yayın: 24

Atıf (Scopus): 1

H-İndeks (Scopus): 1

Kongre ve Sempozyum Katılımı Faaliyetleri

IBAC 8th International Balkan Annual Conference, Katılımcı, Zagreb, Hırvatistan, 2018

International Conference on Empirical Economics and Social Sciences, Katılımcı, Balıkesir, Türkiye, 2018

International Conference on Empirical Economics and Social Sciences, Katılımcı, Balıkesir, Türkiye, 2018

International EMI Entrepreneurship Socail Sciences Congress, Katılımcı, Lefkoşa, Kıbrıs (Kkct), 2018

II.European Congress on Economic Issues, Katılımcı, Kocaeli, Türkiye, 2017

International Conference on Global Competition Innovation Management, Katılımcı, İstanbul, Türkiye, 2017

World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, Katılımcı, İstanbul, Türkiye, 2015

7.Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Katılımcı, Çanakkale, Türkiye, 2010

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama