

## Prof. Oylum ALTUNA

### Personal Information

**Office Phone:** [+90 212 440 0000](tel:+902124400000)

**Email:** [oaltuna@istanbul.edu.tr](mailto:oaltuna@istanbul.edu.tr)

**Other Email:** [oylumkorkut@hotmail.com](mailto:oylumkorkut@hotmail.com)

**Web:** <http://aves.istanbul.edu.tr/3678/>

**Address:** İstanbul Üniversitesi Beyazıt Kampüsü Sosyal Bilgiler Fakültesi Fatih/İstanbul

### International Researcher IDs

ORCID: 0000-0003-4871-1939

Publons / Web Of Science ResearcherID: AAH-7089-2019

Yoksis Researcher ID: 38178

### Education Information

Doctorate, Marmara University, Institute Of Social Sciences, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Turkey 2005 - 2010

Postgraduate, Istanbul Technical University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Turkey 2001 - 2002

Undergraduate, Istanbul University, Faculty Of Literature, İniliz Dili Ve Edebiyatı, Turkey 1996 - 2001

### Foreign Languages

English, C1 Advanced

### Dissertations

Doctorate, Büyük Alışveriş Merkezlerinin Tüketici Algısına Göre Konumlandırılması ve Bir Araştırma, Marmara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 2010

### Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

### Academic Titles / Tasks

Professor, Istanbul University, Faculty of Political Sciences, Department of Business Administration, 2022 - Continues  
Associate Professor, Istanbul University, Faculty of Political Sciences, Department of Business Administration, 2016 - 2022

Assistant Professor, Istanbul University, Faculty of Political Sciences, Department of Business Administration, 2011 - 2016

Research Assistant, Marmara University, Faculty Of Economic And Administrative Sciences, Business Administration, 2005 - 2011

## Academic and Administrative Experience

Deputy Head of Department, Istanbul University, Faculty of Political Sciences, Department of Business Administration, 2020 - Continues  
Fakülte Yönetim Kurulu Üyesi, Istanbul University, Faculty of Political Sciences, Department of Business Administration, 2020 - 2022

## Courses

Stratejik Marka Yönetimi, Postgraduate, 2020 - 2021  
Seminer, Doctorate, 2020 - 2021  
Pazarlama Araştırmaları, Undergraduate, 2020 - 2021  
Contemporary Concepts in Marketing, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019  
Tüketici Davranışları ve Teorileri, Doctorate, 2020 - 2021  
Stratejik Marka Yönetimi, Postgraduate, 2020 - 2021  
Marka Yönetimi, Doctorate, 2012 - 2013  
Tedarik Zinciri Yönetiminde Araştırma Yöntemleri (Tezsiz), Postgraduate, 2012 - 2013  
Tedarik Zinciri Yönetiminde Araştırma Yöntemleri, Postgraduate, 2012 - 2013  
İletişim Becerileri, Undergraduate, 2012 - 2013, 2010 - 2011  
Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Tezsiz), Postgraduate, 2012 - 2013  
Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Postgraduate, 2012 - 2013  
Pazarlama Araştırmaları, Undergraduate, 2012 - 2013, 2011 - 2012  
Hizmet Pazarlaması, Postgraduate, 2012 - 2013  
Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Undergraduate, 2012 - 2013, 2011 - 2012  
Dağıtım Kanalları ve Perakendecilik, Postgraduate, 2010 - 2011  
Pazarlama Yönetimi, Undergraduate, 2010 - 2011

## Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **Tüketicilerin Kitap Satın Alma Sürecinde Rol Oynayan Unsurlar ve Bu Unsurların Tüketicilerin Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi: İstanbul İlinde Bir Pilot Çalışma**  
KORKUT ALTUNA O., AYSUNA C.  
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, vol.8, no.31, pp.209-219, 2009 (SSCI)
- II. **Türkiye ve KKTC Tüketicilerinin Demografik Özellikler Açısından Etnosentrizm Düzeylerinin İncelenmesine Yönelik Bir Karşılaştırma**  
AYSUNA C., KORKUT ALTUNA O.  
ÖNERİ: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, vol.8, no.29, pp.147-157, 2008 (SSCI)

## Articles Published in Other Journals

- I. **SANATTA MARKA DENEYİMİNİN ZİYARETÇİ MEMNUNİYETİ VE MARKA İMAJI ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İLGİLENİM DÜZEYİNE GÖRE İNCELENMESİ: İSTANBUL BİENALİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**  
Ağan Z., Altuna O.  
Beykoz Akademi Dergisi, vol.9, no.1, pp.217-245, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **YENİLİKÇİLİK VE RİSK ALGISI DÜZEYLERİNE GÖRE KULLANICILARIN İNTERNETTEN ALIŞVERİŞLERİNDE WEBSİTESİ MEMNUNİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE BİR WEBSİTESİ ÖRNEĞİ**  
Karakurt Ç., Altuna O.  
Beykoz Akademi Dergisi, vol.7, no.1, pp.204-235, 2019 (Peer-Reviewed Journal)

- III. **E-Atmosferin Plansız Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisinde Alışveriş Keyfinin Aracılık Rolü: Tüketicilerin Atmosfer Duyarlılıklarına Göre Bir Karşılaştıma**  
Bayramoğlu E., Özata K. T., Altuna O., Arslan F. M.  
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.19, no.2, pp.347-368, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Etik Örgüt Kültürünün Etik Tedarikçi Seçimine Etkileri Üzerine Bir Araştırma**  
Afşaroğulları Ç., Altuna O.  
İzmir İktisat dergisi, vol.34, no.2, pp.171-189, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Dominance or Effectiveness? Which is More Important in Brand Personality Decisions?**  
Altuna O., Arslan F. M.  
Athens Journal of Mediterranean Studies, vol.5, no.2, pp.121-136, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **THE ROLE OF NOSTALGIA PRONENESS IN THE EFFECT OF BRAND IMAGE, CORPORATE IMAGE, BRAND TRUST AND CONSUMER INVOLVEMENT ON EMOTIONAL ATTACHMENT: GLOBAL VS. LOCAL BRAND**  
Arslan F. M., Altuna O.  
hacettepe university journal of economics and administrative sciences, vol.37, no.2, pp.215-240, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **IMPACT OF THE NUMBER OF SCALE POINTS ON DATA CHARACTERISTICS AND RESPONDENTS' EVALUATIONS: AN EXPERIMENTAL DESIGN APPROACH USING 5-POINT' AND 7-POINT LIKERT-TYPE SCALES**  
Altuna O., Arslan F. M.  
İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, no.55, pp.1-20, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Development of a scale on e-consumers' attitudes towards ethically questionable online behaviors**  
Altuna O., ARSLAN F. M., Gegez E., Sigirci Ö.  
Bogazici Journal, vol.30, no.1, pp.99-134, 2016 (Scopus)
- IX. **Popüler Türk Dizilerindeki Başrol Erkek Oyuncularının Marka Denklığı Boyutlarının Karşılaştırılması ve Tüketicinin Satın Alma Niyetine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**  
Altuna O., Arslan F. M.  
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.1, no.36, pp.187-215, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Exploring Online Consumer Ethics: Do Consumer Perceptions of E-Ethics Change According to CAD Personalities**  
Altuna O., Arslan F. M., Sığirci Ö., Gegez A.  
İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, no.50, pp.73-97, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Segmenting women fashion magazine readers based on reasons of buying, fashion involvement and age: A study in the Turkish market**  
Altuna O. K., Sığirci Ö., ARSLAN F. M.  
Journal of Global Fashion Marketing, vol.4, no.3, pp.175-192, 2013 (ESCI)
- XII. **Which category to extend to - Product or service?**  
ARSLAN F. M., ALTUNA O.  
JOURNAL OF BRAND MANAGEMENT, vol.19, no.5, pp.359-376, 2012 (ESCI)
- XIII. **Brand Positioning Through Multi-Dimensional Scaling: A Study in The Turkish Shampoo Market**  
Konuk F. A., KORKUT ALTUNA O.  
International Journal of Social Sciences and Humanity Studies, vol.3, no.2, pp.193-208, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **The effect of brand extensions on product brand image**  
ARSLAN F. M., Altuna O.  
JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT, vol.19, no.3, pp.170-181, 2010 (ESCI)
- XV. **Understanding Consumer Attitudes Toward Mobile Advertising and Its Impact On Consumers' Behavioral Intentions: A Cross-Market Comparison Of United States and Turkish Consumers**  
KORKUT ALTUNA O., Konuk F. A.  
International Journal of Mobile Marketing, vol.4, no.2, pp.43-51, 2009 (Peer-Reviewed Journal)

- XVI. **Uluslararası Marka Stratejileri Formülasyonu: Standardizasyon - Uyarılama Yaklaşımları**  
KORKUT ALTUNA O.  
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, no.37, pp.159-171, 2007 (Peer-Reviewed Journal)

## **Books & Book Chapters**

- I. **Fokus Pokus Odak Grup Görüşmeleri Sihirli Dokunuşlar**  
Altuna O.  
Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2021
- II. **Duyusal Markalama**  
Altuna O.  
in: Masamızda Marka Sohbetleri, Fatma Müge Arslan, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, pp.67-98, 2015
- III. **Alışveriş Merkezleri: AVM'LER Nasıl Farklı Konumlandırılır?**  
KORKUT ALTUNA O.  
Beta Basım Yayım, İstanbul, 2012
- IV. **Müşteri Deneyimleri Yönetimi Deneysel Pazarlama**  
KORKUT ALTUNA O.  
in: Benim Maaşımı Kim Ödüyor? Müşteri, Gürdal, S., Editor, Yaprak Dağıtım, İstanbul, pp.50-70, 2009

## **Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings**

- I. **Celebrity Brand Extension Go or No Go**  
Altuna O., Arslan F. M.  
33rd EBES Conference, Madrid, Spain, 7 - 09 October 2020
- II. **Dominance or Effectiveness? Which is More Important in Brand Personality Decisions**  
Altuna O., Arslan F. M.  
5th International Conference on Turkey and Turkish Studies, Athens, Greece, 2 - 05 July 2018, pp.1-5
- III. **The Role of Nostalgia Proneness in the Effect of Brand Image, Corporate Image, Brand Trust and Consumer Involvement on Emotional Attachment: Global vs. Local Brand**  
Arslan F. M., Altuna O.  
3rd Innovation and Global Issues in Social Sciences Conference, Antalya, Turkey, 26 - 29 April 2018, pp.1-28
- IV. **The Impact of Brand Personality on Brand Experience: A Comparison Between The Perceptions of Facebook, Twitter and Instagram Users**  
Altuna O.  
International Interdisciplinary Business – Economics Advancement Conference (IIBA), İstanbul, Turkey, 14 - 16 July 2014, pp.323-337
- V. **Exploring Online Consumer Ethics: Do Consumer Perceptions of E-Ethics Change According to CAD Personalities?**  
KORKUT ALTUNA O., Arslan M., Sığircı Ö., GEGEZ E.  
The 18th Annual Conference Promoting Business Ethics Book of Abstracts, New York, United States Of America, 26 - 28 October 2011, pp.1-12
- VI. **A Hybrid Framework for Understanding and Avoiding International Business Blunders in the Global Culture**  
Dalgıç T., GEGEZ E., Arslan M., KORKUT ALTUNA O.  
19th Annual Meeting Program Marketing Issues in Global Supply Networks: Theoretical and Empirical Directions for Future Research, Atlanta, United States Of America, 6 - 09 April 2011, pp.1-12
- VII. **Online versus Offline Brand Personality: Implications for Brick-and-Click Brands**  
Arslan M., Konuk F. A., KORKUT ALTUNA O.

- 17th Recent Advances in Retailing and Services Science Conference, İstanbul, Turkey, 2 - 05 July 2010, pp.1-12
- VIII. **Exploring the Concept of Retailer Equity: A Shopping District Perspective**  
Arslan M., GEGEZ E., KORKUT ALTUNA O.  
17th Recent Advances in Retailing and Services Science Conference, İstanbul, Turkey, 2 - 05 July 2010, pp.1-12
- IX. **Which Category To Extend To - Product or Service? The Effect of Alternate Extensions of Service Brands on Brand Evaluations and Loyalty Intentions**  
Arslan M., KORKUT ALTUNA O.  
6th International Conference of the SIG on Brand Identity and Corporate Reputation of the Academy of Marketing, Barselona, Spain, 8 - 12 April 2010, pp.1
- X. **Girişimciliğin Doğası Hangi Sıfatsal Özellikleri Kapsar?**  
KORKUT ALTUNA O., AYSUNA C., GÜRDAL S., SAVRAN C.  
5. Kobi'ler ve Verimlilik Kongresi, İstanbul, Turkey, 25 - 26 November 2009, pp.1-10
- XI. **Understanding The Consumer Attitudes Toward Mobile Advertising and Its Impacts On Consumers' Behavioral Intentions: A Cross-Market Comparison of U.S. and Turkish Consumers**  
KORKUT ALTUNA O., Konuk F. A.  
Eleventh Annual International Conference of the Global Business and Technology Association, Prag, Czech Republic, 7 - 11 July 2009, pp.1-12
- XII. **Sexual Harassment Between Customers and Salespeople: Customer is the Victim**  
AYSUNA C., KORKUT ALTUNA O., GEGEZ E.  
15th Recent Advances in Retailing and Services Science Conference,, Zagreb, Croatia, 14 - 17 July 2008, pp.1-12

## Other Publications

- I. **Pazarlama Çevresinin İncelenmesi**  
Altuna O.  
Other, pp.68-103, 2018
- II. **Müşteri İçgörüsünü Edinmeye Yönelik Bilgi Yönetim Sistemi**  
Burnaz H. Ş., Altuna O.  
Other, pp.104-139, 2018

## Activities in Scientific Journals

Siyasal: Journal of Political Sciences, Assistant Editor/Section Editor, 2018 - Continues

## Metrics

Publication: 36  
Citation (WoS): 52  
Citation (Scopus): 62  
H-Index (WoS): 3  
H-Index (Scopus): 3

## Scholarships

BİLİM İNSANI DESTEKLEME BURSLARI, TUBITAK, 2008 - Continues

## **Awards**

ALTUNA O, Highly Commended Award Winner at the Literati Network Awards for Excellence 2011, Emerald, December 2011

## **Non Academic Experience**

Cyprus International University  
Cyprus International University