

Prof.Dr. Abdullah OKUMUŞ

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: +90 212 473 7070 Dahili: 18268

E-posta: okumus@istanbul.edu.tr

Web: <http://www.abdullahokumus.com>

Posta Adresi: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Pazarlama Anabilim Dalı Avcılar Kampüsü 34320, Avcılar/İstanbul

Eğitim Bilgileri

Doktora, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, Türkiye 1998 - 2003

Yüksek Lisans, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, Türkiye 1995 - 1998

Yüksek Lisans, İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme, Türkiye 1994 - 1995

Lisans, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme, Türkiye 1990 - 1994

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Arnavutça, B2 Orta Üstü

Sertifika, Kurs ve Eğitimler

İş Sağlığı ve Güvenliği, İş Güvenliği, İÜ Sürekli Eğitim Merkezi, 2014

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Etkili Sunum Hazırlama Teknikleri Katılım Sertifikası, İstanbul Üniversitesi, 2014

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Soru Hazırlama Teknikleri Katılım Sertifikası, İstanbul Üniversitesi, 2014

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Kamera Karşısında Etkili Sunum Teknikleri Katılım Sertifikası, İstanbul Üniversitesi, 2014

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Başarı Sertifikası - Sınav Görevlileri Eğitimi, İstanbul Üniversitesi, 2014

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Hedef Kitle Odaklı İçerik Editörlüğü Katılım Sertifikası, İstanbul Üniversitesi, 2014

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme Sertifika Programı, İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü, 2012

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Akademik Personele Yönelik Pedagojik Formasyon Sertifika Programı, İstanbul Üniversitesi, Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi, 2004

Yaptığı Tezler

Doktora, Tüketicilerin Fiyat Algılaması Üzerinde Etkili Olan Sosyo-Demografik Özellikler ve Satın alma Davranışları ile Fiyata Yönelik Algılamaları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, 2003

Yüksek Lisans, İndirimli Mağaza ve Süpermarket Müşterilerinin Sosyo-Ekonomik Özellikleri, Beklentileri ve Mağaza Hakkındaki Değerlemeleri- Pilot Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, 1998

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof.Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2014 - Devam Ediyor
Doç.Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2009 - 2014
Yrd.Doç.Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2006 - 2009
Araştırma Görevlisi, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 1995 - 2006

Akademik İdari Deneyim

İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Akıllı Ulaşım Sistemleri Anabilim Dalı, 2018 - Devam Ediyor
İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi, 2015 - Devam Ediyor
İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi, Ulaştırma ve Lojistik Bölümü, 2015 - Devam Ediyor
İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi, Ulaştırma ve Lojistik Bölümü, 2015 - Devam Ediyor
İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi, 2015 - Devam Ediyor
İstanbul Üniversitesi, Sosyal Sorumluluk Uygulama Ve Araştırma Merkezi, 2015 - Devam Ediyor
İstanbul Üniversitesi, Teknoloji Transfer Merkezi, 2015 - 2019
İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma Ve Lojistik Yüksekokulu, 2013 - 2015
İstanbul Üniversitesi, Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, 2013 - 2014
İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, 2011 - 2014
İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, 2010 - 2014

Verdiği Dersler

Küresel Pazarlama Konuları, Doktora, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019
Davranışsal Pazarlama, Doktora, 2016 - 2017, 2017 - 2018, 2018 - 2019
Tüketici Davranışı, Yüksek Lisans, 2016 - 2017, 2018 - 2019
Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2013 - 2014, 2014 - 2015, 2016 - 2017, 2017 - 2018
Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2013 - 2014, 2014 - 2015, 2015 - 2016, 2016 - 2017, 2017 - 2018
Tüketici Davranışları, Yüksek Lisans, 2015 - 2016, 2017 - 2018
Küresel Pazarlama Konuları, Doktora, 2014 - 2015
Pazarlama Araştırmaları, Yüksek Lisans, 2015 - 2016
Pazarlama Araştırmaları, Yüksek Lisans, 2014 - 2015
Tüketici Davranışı, Yüksek Lisans, 2015 - 2016
Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2014 - 2015
İthalat İhracat Pazarlaması, Doktora, 2013 - 2014
Davranışsal Pazarlama, Doktora, 2013 - 2014, 2014 - 2015
Tüketici Davranışı, Yüksek Lisans, 2013 - 2014, 2014 - 2015
PAZARLAMA YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2012 - 2013
PAZARLAMA YÖNETİMİ, Lisans, 2012 - 2013
İHRACAT İTHALAT PAZARLAMASI, Doktora, 2012 - 2013
PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI, Yüksek Lisans, 2012 - 2013
ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ, Lisans, 2012 - 2013
DAVRANIŞSAL PAZARLAMA, Doktora, 2012 - 2013
TÜKETİCİ DAVRANIŞI, Yüksek Lisans, 2012 - 2013
TÜKETİCİ DAVRANIŞI, SATIŞ VE MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2011 - 2012
SATIŞ YÖNETİMİ, Lisans, 2009 - 2010
ARAŞTIRMA YÖNTEM BİLİM, Yüksek Lisans, 2010 - 2011
SATIŞ YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2009 - 2010
ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ, Yüksek Lisans, 2009 - 2010

PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI, Lisans, 2009 - 2010

PAZARLAMA İLKELEİRİ, Lisans, 2006 - 2007

Yönetilen Tezler

- Okumuş A., Kargo taşımacılığında insansız hava araçlarının (drone) hedefe ulaşmasına yönelik yeni bir yaklaşım, Yüksek Lisans, N.DERBİSHEV(Öğrenci), 2021
- Okumuş A., Pist başı beklemlerinin gerçek zamanlı trafik verisi kullanılarak kuyruk teorisi yöntemi ile analizi: İstanbul Havalimanı örneği, Yüksek Lisans, İ.DEMİRHAN(Öğrenci), 2021
- Okumuş A., Tüketici temelli marka otantikliğinin müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati üzerindeki etkisi, Doktora, A.UYSAL(Öğrenci), 2021
- Okumuş A., Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Tüketicilerin Satın Alma Kararı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi - Özel Orta Öğretim Örneği , Yüksek Lisans, A.Bahattin(Öğrenci), 2020
- Okumuş A., Tüketicilerin Yeni Teknolojileri Benimsemelerinin Teknoloji Kabul Modeli Boyutları İtibarıyla İncelenmesi: Mobil Ödeme Sistemleri Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans, C.TÜRKER(Öğrenci), 2019
- Okumuş A., Mobil Uygulamaların Şehir İçi Toplu Taşımada Kullanımı ve Toplu Taşıma Kullanıcıları Tarafından Kabulü, Yüksek Lisans, B.Can(Öğrenci), 2019
- OKUMUŞ A., Ankara ilinde yaşayan 45 yaş ve üzeri kişilerin yaşlılık beklenti ve algılarının sosyo-demografik özellikler itibarıyla incelenmesi, Yüksek Lisans, H.Göktaş(Öğrenci), 2019
- OKUMUŞ A., Yerli ve Yabancı Markalı Ürünlerde Marka Genişlemesine Yönelik Tüketici Tutumlarına Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi: Kahve Zincirlerine Yönelik Bir Uygulama, Yüksek Lisans, A.Peker(Öğrenci), 2017
- OKUMUŞ A., Uluslararası Marka İttifaklarında Tüketicilerin Algıladığı Uyum ile Tüketicilerin Etnosentrik Eğilimlerinin ve Değerlerinin Satın Alma Niyeti ile Etkileşimi, Doktora, G.Kurtuldu(Öğrenci), 2016
- Okumuş A., İnternette alışverişe yönelik güven ve bağlılığın kişisel etkenler ile çok kanallı - Tek kanallı perakendecilik modelleri açısından incelenmesi, Doktora, S.ÖZTÜRK(Öğrenci), 2015
- Okumuş A., Teknolojik ürünlerin subjektif ve objektif özelliklerinin yeni ürün satınalma niyeti üzerinde etkileri, Doktora, G.KARA(Öğrenci), 2014
- OKUMUŞ A., Tüketicilerin ürün yerleştirmeye yönelik tutumları üzerinde sosyo-demografik ve psikografik etkenlerin rolü, Yüksek Lisans, S.ÖZTÜRK(Öğrenci), 2011
- OKUMUŞ A., Basılı Reklamlardan Geleneksel İlan ve Advertorial (Tanıtıcı Reklam) Uygulamalarının Karşılaştırılması, Yüksek Lisans, N.ÇETİNTÜRK(Öğrenci), 2009
- Okumuş A., İşletmelerde pazarlama istihbaratı ve İstanbul ilinde pilot bir araştırma, Yüksek Lisans, F.MUTLU(Öğrenci), 2009
- OKUMUŞ A., Doğrudan Posta Yönteminde Müşterilerin Geri Kazanımları ile Demografik, Sosyo-Ekonomik Özellikleri Arasındaki İlgisi ve Yönteme İlişkin Değerlemeleri, Yüksek Lisans, E.DENİZ(Öğrenci), 2007
- OKUMUŞ A., Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin Kanaatlerinin İncelenmesi ve Konu ile İlgili Pilot Bir Araştırma, Yüksek Lisans, R.MURAT(Öğrenci), 2007
- Okumuş A., Eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında hizmet kalitesinin ölçümü- bir pilot araştırma, Yüksek Lisans, A.DUYGUN(Öğrenci), 2007

Jüri Üyelikleri

Tez Savunma (Doktora), Doktora Tez Savunma Jurisi, İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ, Haziran, 2017

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

1. **Creating value for patients through service encounter experiences: evidence from Turkey**
Akin M. S. , OKUMUŞ A.

- ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING AND LOGISTICS, 2022 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- II. **An intelligent approach for analyzing the impacts of the COVID-19 pandemic on marketing mix elements (7Ps) of the on-demand grocery delivery service**
Altay B. C. , Okumuş A., Adıgüzel Mercangöz B.
COMPLEX & INTELLIGENT SYSTEMS, cilt.8, sa.1, ss.129-140, 2022 (SCI İndekslerine Giren Dergi)
- III. **The effect of consumer-based brand authenticity on customer satisfaction and brand loyalty**
Uysal A., OKUMUŞ A.
ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING AND LOGISTICS, 2021 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- IV. **Is the Covid-19 pandemic strong enough to change the online order delivery methods? Changes in the relationship between attitude and behavior towards order delivery by drone**
Yaprak U., Kilic F., Okumus A.
TECHNOLOGICAL FORECASTING AND SOCIAL CHANGE, cilt.169, 2021 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- V. **User adoption of integrated mobility technologies: The case of multimodal trip-planning apps in Turkey**
ALTAY B. C. , OKUMUŞ A.
Research in Transportation Business and Management, 2021 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- VI. **User acceptance of autonomous public transport systems: Extended UTAUT2 model**
Korkmaz H., Fidanoğlu A., Özçelik S., Okumuş A.
Journal of Public Transportation, cilt.23, sa.1, 2021 (SCI Expanded İndekslerine Giren Dergi)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Country-of-origin image; SMEs and emerging economies - evidence from a case study of manufacturing SMEs from Turkey**
Arghashi V., OKUMUŞ A.
JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, cilt.13, sa.4, ss.956-974, 2022 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- II. **45 Yaş ve Üzeri Kişilerin Yaşlılık Tutumlarının ve Yaşam Kalitesi Algılarının Sosyodemografik Özelliklere Göre İncelenmesi**
Göktaş H., Özkan E., Okumuş A.
Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.10, sa.2, ss.112-129, 2021 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- III. **Shaping the consumers' attitudes towards Halal food products in Turkey [1]**
Akın M. S. , OKUMUŞ A.
JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, cilt.12, sa.6, ss.1081-1096, 2021 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- IV. **An Overview of Air Traffic and Effective Air Traffic Control Strategies for Istanbul Airport**
Demirhan İ., Balın A., Okumuş A.
Journal of Transportation and Logistics, cilt.6, sa.1, ss.107-124, 2021 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- V. **T.V. commercial dramas and their impact on tourists' attitudes towards the destination: A Turkish case**
Kılıç Ö., Okumuş A., Miller D. W. , Stoica M.
Journal of Euromarketing, cilt.30, sa.1-2, ss.28-39, 2021 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VI. **Evaluations of international brand alliances**
Kurtuldu G., OKUMUŞ A.
International Journal of Value Chain Management, cilt.12, sa.2, ss.107-132, 2021 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- VII. **Mobil Ödeme Kullanımına Yönelik Niyet ve Algıların Sosyo-Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının İncelenmesi**
TÜRKER C., OKUMUŞ A.
Istanbul Management Journal, sa.87, ss.111-139, 2019 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- VIII. **Impact of religiosity on ethical judgement: a study on preference of retail stores among consumers**
Uysal A., Okumus A.

JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, cilt.10, ss.1332-1350, 2019 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)

- IX. **Tüketicilerin Sponsorluk Etkinliklerine Yönelik Tutumlarının Uyum Teorisi Ekseninde Sanat ve Spor Sponsorlukları Kapsamında İncelenmesi**
GÜRŞEN A. E. , OKUMUŞ A.
Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.206-225, 2019 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- X. **Examination of Potential Factors Related with the Success of International Brand Alliances**
KURTULDU G., Okumus A.
EGE ACADEMIC REVIEW, cilt.18, sa.4, ss.549-564, 2018 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- XI. **Katılım Bankacılığında Pazarlama Alanında Yapılan Çalışmalara İlişkin Literatür İncelemesi**
OKUMUŞ A., ZULFUGAROVA N., GÜLEÇ M., ZAİD E.
Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.7, ss.55-74, 2018 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XII. **The Effect of Consumer Ethnocentrism on Purchase Intention of Products from Local Supermarkets: The Mediating Role of Attitudes Towards Local Campaigns**
Uysal A., Okumuş A., Özkan E.
EGE ACADEMIC REVIEW, cilt.18, sa.3, ss.387-397, 2018 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- XIII. **Tüketici Etnosentrizmi, Kozmopolitlik, Satın Alma Tarzı, İlgilenim ve Algılanan Riskin Yerli Giyim Ürünü Satın Alma Niyetine Etkisi**
Akn M. S. , Baloğlu S., Okumuş A., Öztürk S.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.9, ss.257-295, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIV. **Marka Genişlemesine Yönelik Tüketici Tutumlarına Etki Eden Faktörlerin Yerli ve Yabancı Markalı Ürünler Açısından Karşılaştırılması**
Peker A., Özkan E., Okumuş A.
Kırklareli Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.6, sa.6, ss.19-37, 2017 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XV. **An Analysis on Turkish Market Entry Opportunities: The Case of Lithuanian Dairy Companies**
Jamontaite K., Ahmedova S., Okumuş A., Öztürk S.
Ekonomika, cilt.96, ss.79-101, 2017 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XVI. **Çevrimiçi Tabanlı Perakende Modellerinin Tüketici Güveni ve Bağlılığı Açısından Kıyaslanması**
Öztürk S., Okumuş A.
Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.24, ss.543-561, 2017 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XVII. **İndirimli Süpermarket Zincirleri Üzerine Bir Araştırma: Türk Girişimciler İçin Bulgaristan Pazarının Değerlendirilmesi**
Ayar Öztürk S., Kayış B., Öztürk S., Okumuş A.
Journal of Transportation and Logistics, cilt.1, ss.1-18, 2016 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XVIII. **Evaluation of the objective and subjective features of technological products: evidences from Turkish tablet PC market**
OKUMUŞ A., ÖZEN H., KARA G.
International Journal of Information Technology and Management, cilt.15, sa.2, ss.99-117, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIX. **Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Ürün Yerleştirme: Kavramsal Bir Çerçeve**
Öztürk S., Okumuş A.
Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü, cilt.25, ss.96-119, 2014 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XX. **Ürün Yerleştirmeye Yönelik Tüketici Tutumlarının Pazar Bölümlerine Göre İncelenmesi**
Öztürk S., Okumuş A.
Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, cilt.9, ss.133-155, 2013 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXI. **Segmentation based on sources of marketing intelligence, marketing intelligence quotient and business characteristics in software industry**
Öztürk S., Okumuş A., Mutlu F.
ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF THE SCHOOL OF BUSINESS, cilt.41, ss.227-240, 2012 (ESCI İndekslerine Giren

Dergi)

- XXII. **Yazılım Pazarlaması ve Yazılım Sektörünün Pazarlama Zekalarının İncelenmesi**
OKUMUŞ A., MUTLU F.
Verimlilik Dergisi, cilt.2012, sa.1, ss.45-68, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXIII. **Geleneksel ilan ve advertorial (tanıtıcı reklam) uygulamalarının reklam ve reklamı yapılan ürünün algısına ilişkin değerlemelerinin faktör analizi temelli incelenmesi**
OKUMUŞ A., ÇETİNTÜRK N., ÇETİN E.
Journal of the School of Business Administration, Istanbul University, cilt.40, sa.2, ss.176-194, 2011 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXIV. **Examining traditional display advertisement and advertorial according to advertisement and advertised product perception based on factor analysis**
OKUMUŞ A., Cetinturk N., Cetin E.
ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF THE SCHOOL OF BUSINESS, cilt.40, sa.2, ss.176-194, 2011 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- XXV. **Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin tutumlarının İncelenmesi**
OKUMUŞ A., BOZBAY Z., DAĞLI R. M.
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sa.36, ss.89-111, 2010 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXVI. **Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi**
OKUMUŞ A., BOZBAY Z., DAĞLI R. M.
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sa.36, ss.89-111, 2010 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXVII. **Consumers' price perceptions as a segmentation criteria: An emerging market case**
Kurtulus K., OKUMUŞ A.
ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF THE SCHOOL OF BUSINESS, cilt.39, sa.1, ss.21-34, 2010 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- XXVIII. **Images of Italy, France and Morocco as tourist destinations**
OKUMUŞ A., YAŞIN B.
International Journal of Tourism Policy, cilt.2, sa.4, ss.306-318, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXIX. **Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi ile Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki**
OKUMUŞ A., DUYGUN A.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ, cilt.8, sa.2, ss.17-38, 2008 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXX. **Examining the Differences of Consumers' Risk and Benefit Perceptions In Online Shopping**
Kaya İ., Okumuş A., Özen H.
The E-Business Review, International Academy of E-Business, cilt.VIII, ss.157-161, 2008 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXXI. **Yeni Ürün Geliştirmede Pazar Bilgisi Yönünden Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri**
OKUMUŞ A.
VERİMLİLİK DERGİSİ, cilt.2008, sa.3, ss.7-20, 2008 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXXII. **The Relationship between Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Buying Intention in Food Retailing Industry**
OKUMUŞ A., BOZBAY Z.
International Journal of Management Cases, cilt.10, ss.551-560, 2008 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXXIII. **EXAMINING THE EFFECTS OF PERCEIVED SERVICE QUALITY ON AIRLINE PASSENGERS' OVERALL SATISFACTION LEVEL**
Okumus A., Asil H.
ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF THE SCHOOL OF BUSINESS, cilt.36, sa.2, ss.7-29, 2007 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- XXXIV. **Pazarlama Anlayışında Siyasal Pazarlamanın Yeri Ve Pazar Konumlarına Göre Siyasi Partilerin Stratejik Analizi**
OKUMUŞ A.
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sa.17, ss.157-172, 2007 (Hakemli Üniversite Dergisi)

- XXXV. **Yapı Market Müşterilerinin Hizmet Kalitesi Değerlendirmelerine Göre Pazar Bölümlerinin İncelenmesi**
OKUMUŞ A., YAŞIN B.
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sa.28, ss.87-106, 2007 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXXVI. **Havayolu Taşımacılığında Yerli Ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi**
Okumuş A., Asil H.
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.13, sa.1, ss.152-175, 2007 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXXVII. **Yapı Market Müşterilerinin Hizmet Kalitesi Değerlendirmeleri**
OKUMUŞ A., KARÇIĞA B.
Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, cilt.7, sa.2, ss.55-75, 2006 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXXVIII. **Süpermarket Müşterilerinin Mağazaya Olan Bağlılık Derecelerine Göre Pazar Bölümlerinin Tanımlanması ve Bölümler Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi**
Okumuş A., Temizerler Z.
İstanbul Üniversitesi, İşletme İktisadi Enstitüsü, Yönetim Dergisi, cilt.17, ss.46-61, 2006 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXXIX. **Yapı Market Müşterilerinin Mağaza Hizmet Kalitesine Yönelik Değerlendirmeleri**
OKUMUŞ A., YAŞIN B.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ DERGİSİ, cilt.7, sa.2, ss.55-76, 2006 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XL. **Fiyat Algılamasının Boyutları Arasındaki İlişkilerin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi**
KURTULUŞ K., OKUMUŞ A.
Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü, cilt.17, sa.53, ss.3-17, 2006 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XLI. **İndirimli Mağaza ve Süpermarket Müşterileri Arasındaki Farklılıkların Beklenti ve Memnuniyetlerine Göre İncelenmesi**
Okumuş A.
İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi. E.A. İşletme Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, cilt.34, sa.1, ss.105-133, 2005 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XLII. **Perakendecilik sektöründe tüketicilerin fiyat algılamalarına göre bölümlendirilmesi**
OKUMUŞ A.
YÖNETİM: İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi, cilt.15, sa.48, ss.27-38, 2004 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XLIII. **Çevre Dostu Ürün Satılma İle İlgisi Bulunan Değişkenlerin Belirlenmesine Yönelik Araştırma**
YÜKSEL C. A., OKUMUŞ A.
Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü, cilt.12, sa.40, ss.29-38, 2001 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XLIV. **Çevre Dostu Ürün Satılanlar İle Almayan Tüketicileri Ayırt Eden Temel Özelliklerin Belirlenmesine Yönelik Araştırma**
OKUMUŞ A., YÜKSEL C. A.
Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü, cilt.12, sa.40, ss.39-50, 2001 (Hakemli Üniversite Dergisi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Tüketici Davranışı: Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım (Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş 2.baskı)**
OKUMUŞ A.
Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2018
- II. **The Birth of Omni-Channel Marketing and New Dynamics of Consumers' Approach to Retail Channels**
Öztürk S., Okumuş A.
Marketing Management in Turkey, Öztürkcan S., Yolbulan Okan E., Editör, Emerald Publishing, Bradford, ss.247-

272, 2018

III. Sosyal Mübadele Teorisi

Okumuş A., Öztürk S.

Pazarlama Teorileri (2.baskı), Yağcı M. İ., Çabuk S., Editör, Media Cat Kitapları, İstanbul, ss.13-33, 2015

IV. Tüketici Davranışı: Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım

OKUMUŞ A.

Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2013

V. İnternette Satın Alma Davranışı ile Risk ve Fayda Algılamaları Arasındaki İlgili-SPSS Uygulaması

OKUMUŞ A.

Araştırma Yöntemleri, Kurtuluş K., Editör, Türkmen Kitabevi, İstanbul, ss.217-281, 2010

VI. Küreselleşen Ekonomi İçerisinde Ortaya Çıkan Yeni Dağıtım Kanalları: Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri

SENCAR Ö., TORLAK Ö., OKUMUŞ A.

İto Yayınları, Yayın No: 2007- 27, İstanbul, 2007

VII. SPSS Programının Kullanımına İlişkin Temel Bilgiler

OKUMUŞ A.

Pazarlama Araştırmaları, 8.Basım, Kurtuluş K., Editör, Literatür Yayıncılık, İstanbul, ss.376-449, 2006

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. Toplu Taşıma Kullanıcılarının Mobil Toplu Taşıma Uygulamalarına Yönelik Yaklaşımlarının Araştırılması**
ALTAY B. C. , OKUMUŞ A.
V. International Caucasus-Central Asia Foreign Trade and Logistics Congress, İstanbul, Türkiye, 19 - 20 Eylül 2019, ss.186-189
- II. Examining the attitude toward halal food products: The case of a private university**
Akin M. S. , Okumus A.
32nd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018, Sevilla, İspanya, 15 - 16 Kasım 2018, ss.4200-4206
- III. Examining the Image of Italy, France, and Morocco as a Tourist Destination**
OKUMUŞ A., YAŞİN B.
The 4 World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure, Antalya, Türkiye, 22 - 27 Nisan 2008, ss.12-24
- IV. Examining The Image of Italy, France, and Morocco As A Tourist Destination**
OKUMUŞ A., YAŞİN B.
The 4 World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure, Antalya, Türkiye, 22 - 27 Nisan 2008, ss.12-24
- V. The Relationship between Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Buying Intention in Food Retailing Industry**
Okumuş A., Bozbay Z.
5th International CIRCLE Conference, Lefkosia, Kıbrıs (Gkry), 26 Mart 2008, ss.93
- VI. Tüketicilerin Fiyat Algılamalarında Esas Olan Pazar Bölümlerinin Oluşturulmasının Denemesi**
KURTULUŞ K., OKUMUŞ A.
11. Ulusal Pazarlama Kongresi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, Türkiye, 1 - 04 Kasım 2006, ss.249-266
- VII. Tüketicilerin Ambalaja İlişkin Tutum ve Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma**
OKUMUŞ A., YARAŞ E., YENİÇERİ T.
8. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kayseri, Türkiye, 1 - 04 Kasım 2003, ss.253-269
- VIII. Deodorant Kullanan Tüketicilerin, Deodorant Satın Alırken Önem Verdikleri Unsurların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**

YÜKSEL C. A., OKUMUŞ A.

8. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kayseri, Türkiye, 1 - 04 Kasım 2003, ss.291-306

IX. Deodorant Kullanan Tüketicilerin, Deodorant Satın Alırken Önem Verdikleri Unsurların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

YÜKSEL C. A., OKUMUŞ A.

8. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kayseri, Türkiye, 1 - 04 Ekim 2003, ss.1

X. Determining Behavioral Differences Between Two Different Cola Brand Consumers

KURTULUŞ K., KURTULUŞ S., OKUMUŞ A.

Marketing and Development Challenges in The 21st Century, Proceedings of The 7th International Conference on Marketing and Development, International Society for Marketing and Development, Gana, Gana, 5 - 08 Ağustos 2000, ss.175-182

Diğer Yayınlar

- I. **Mevcut Tedarik Zinciri Yapısının Ani Krizlere Karşı Yeterince Dayanıklı Olmadığı Görüldü**
Okumuş A.
Diğer, ss.38-39, 2020
- II. **COVID-19'un Ulaştırma ve Lojistik Sektörüne Etkileri**
Okumuş A.
Diğer, ss.28-32, 2020
- III. **Mobil İletişim Sektörü Katma Değer Sağlayan Bir Sektördür**
Okumuş A.
Diğer, ss.50-53, 2020
- IV. **Bu Ağa Girenler Kazanacak**
Okumuş A.
Diğer, ss.30-31, 2018
- V. **Lojistiğin Yedi Doğrusu Yeniden Şekilleniyor**
Okumuş A.
Diğer, ss.19, 2018
- VI. **Pazarın Beklentileri Hala Karşılanabilmiş Değil**
Okumuş A.
Diğer, ss.61, 2010

Desteklenen Projeler

OKUMUŞ A., Diğer Özel Kurumlarca Desteklenen Proje, Taşımacılık ve Lojistik Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Staj ve Mezun Veritabanı ile İşbirliklerinin Artırılmasına Yönelik Araştırma ve Analiz, 2019 - Devam Ediyor

Okumuş A., Demirci E., Yıldırım B. F. , Özçelik S., Diğer Özel Kurumlarca Desteklenen Proje, Türkiye Lojistik Sektörü Alt Taşıma Modlarına Yönelik Güven Endeksinin Geliştirilmesi, 2022 - 2024

Şeker M., Okumuş A., Çelik E., Altay B. C. , Diğer Resmi Kurumlarca Desteklenen Proje, Akıllı Ulaşım Uygulama Rehberliği Kılavuzu, 2021 - 2022

Şeker M., Okumuş A., Çelik E., Altay B. C. , Diğer Resmi Kurumlarca Desteklenen Proje, Akıllı Kavşak Uygulamaları Teknoloji İnceleme Raporu, 2021 - 2022

Şeker M., Okumuş A., Çelik E., Altay B. C. , Diğer Resmi Kurumlarca Desteklenen Proje, Akıllı Otopark Sistemleri Teknoloji İnceleme Raporu, 2021 - 2022

Okumuş A., Demirci E., Yıldırım B. F. , Özçelik S., Diğer Özel Kurumlarca Desteklenen Proje, Türkiye Lojistik Sektörü İçin Güven Endeksinin Geliştirilmesi, 2019 - 2021

ADIGÜZEL MERCANGÖZ B., DEMİRCİ E., OKUMUŞ A., Diğer Özel Kurumlarca Desteklenen Proje, Mobil İletişim Alanında

Faaliyet Gösteren Firmaların Ekonomiye Olan Katkılarının İncelenmesi, 2019 - 2019

OKUMUŞ A., PEKER A., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Yerli ve Yabancı Markalı Ürünlerde Marka Genişlemesine Yönelik Tüketici Tutumlarına Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi: Kahve Zincirlerine Yönelik Bir Uygulama, 2015 - 2018

OKUMUŞ A., KURTULDU G., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, ULUSLARARASI MARKA İTTİFAKLARINDA TÜKETİCİLERİN ALGILADIĞI UYUM İLE TÜKETİCİLERİN ETNOSENTRİK EĞİLİMLERİNİN VE DEĞERLERİNİN SATIN ALMA NİYETİ İLE ETKİLEŞİMİ, 2015 - 2017

OKUMUŞ A., ÖZTÜRK S., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, İnternette Alışverişe Yönelik Güven ve Bağlılığın Kişisel Etkenler ile Çok Kanallı - Tek Kanallı Perakendecilik Modelleri Açısından İncelenmesi, 2014 - 2015

Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler

Journal of Transportation and Logistics, Editör, 2016 - Devam Ediyor

İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Dergisi, Editör, 2015 - 2015

İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Yardımcı Editör, 2009 - 2015

Bilimsel Hakemlikler

Marketing Intelligence & Planning, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Şubat 2013

İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Ocak 2013

Doğuş Üniversitesi Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Kasım 2012

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Haziran 2012

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Mayıs 2012

Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Şubat 2012

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Aralık 2011

Ege Akademik Bakış Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Temmuz 2011

Business and Economics Research Journal (BERJ) , Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Mart 2011

Uludağ Üniversitesi İİBF dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Ekim 2010

İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Haziran 2010

Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Şubat 2010

Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Nisan 2005

Kongre ve Sempozyum Katılımı Faaliyetleri

8. Ulusal Pazarlama Kongresi, Katılımcı, Kayseri, Türkiye, 2003

5. Ulusal Pazarlama Kongresi, Katılımcı, Antalya, Türkiye, 2000

1. Ulusal Pazarlama Kongresi, Katılımcı, İstanbul, Türkiye, 1995

Atıflar

Toplam Atıf Sayısı (WOS):30

h-indeksi (WOS):3

Akademi Dışı Deneyim

Diğer Kamu Kurumu, Ösym