

Prof.Dr. Abdullah OKUMUŞ

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 212 473 7070](tel:+902124737070) 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, 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, Etkili Sunum Hazırlama 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, Pazarlama, 2009 - 2014
Yrd.Doç.Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama, 2006 - 2009
Araştırma Görevlisi, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama, 1995 - 2006

Mesleki Deneyim

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Akıllı Ulaşım Sistemleri Anabilim Dalı, 2018 - Devam Ediyor
Dekan, İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi, 2015 - Devam Ediyor
Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi, Ulaştırma ve Lojistik Bölümü, 2015 - Devam Ediyor
Bölüm Başkanı, İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi, Ulaştırma ve Lojistik Bölümü, 2015 - Devam Ediyor
Yönetim Kurulu Üyesi, İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi, 2015 - Devam Ediyor
Yönetim Kurulu Üyesi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Sorumluluk Uygulama Ve Araştırma Merkezi, 2015 - Devam Ediyor
Yönetim Kurulu Üyesi, İstanbul Üniversitesi, Teknoloji Transfer Merkezi, 2015 - 2019
Yönetim Kurulu Üyesi, İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma Ve Lojistik Yüksekokulu, 2013 - 2015
Yönetim Kurulu Üyesi, İstanbul Üniversitesi, Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, 2013 - 2014
Yönetim Kurulu Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, 2011 - 2014
Dekan Yardımcısı, 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 İLKELERİ, Lisans, 2006 - 2007

Yönetilen Tezler

- 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., Tüketicilerin İnternette Alışverişe Yönelik Güven ve Bağlılığının Kişisel Etkenler ile Çok Kanallı-Tek Kanallı Perakendecilik Modelleri Açısından İncelenmesi, Doktora, S.ÖZTÜRK(Öğrenci), 2015
- OKUMUŞ A., Teknolojik Ürünlerin Subjektif ve Objektif Özelliklerin 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., İşletmelerde İstihbarat Sistemi-İstanbul İlinde Pilot Bir Araştırma, Yüksek Lisans, F.MUTLU(Öğrenci), 2010
- OKUMUŞ A., Basılı Reklamlardan Geleneksel İlan ve Advertorial (Tanıtıcı Reklam) Uygulamalarının Karşılaştırılması, Yüksek Lisans, N.ÇETİNTÜRK(Öğrenci), 2009
- OKUMUŞ A., Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Bir Pilot Araştırma, Yüksek Lisans, A.DUYGUN(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., Doğrudan Posta Yönteminde Müşterilerin Geri Kazanımları ile Demografik, Sosyo-Ekonomik Özellikleri Arasındaki İlgisi ve Yönteme İlişkin Değerlemeleri, Yüksek Lisans, E.DENİZ(Öğrenci), 2007

Jüri Üyelikleri

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

Diğer Dergilerde Yayımlanan Makaleler

- **Shaping the Consumers' Attitudes Towards Halal Food Products in Turkey**
Akın M. S. , Okumuş A.
Journal of Islamic Marketing, cilt.1, ss.1, 2021 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- **Evaluations of International Brand Alliances**
Kurtuldu G., Okumuş A.
International Journal of Value Chain Management, cilt.1, ss.1, 2021 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- **Mobil Ödeme Kullanımına Yönelik Niyet ve Algıların Sosyo-Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının İncelenmesi**
TÜRKER C., OKUMUŞ A.
İstanbul Management Journal, no.87, ss.111-139, 2019 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **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, no.2, ss.206-225, 2019 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Uluslararası Marka İttifaklarının Başarısını Etkileyebilecek Faktörlerin Türkiye Geçerlemesi**

KURTULDU G., OKUMUŞ A.

EGE AKADEMİK BAKIŞ, cilt.18, no.4, ss.549-564, 2018 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)

- **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, no.3, ss.55-74, 2018 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Tüketici Etnosentrizminin Yerel Marketlerden Ürün Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Yerel Kampanyalara Yönelik Tutumun Aracı Rolü**
Uysal A., Okumuş A., Özkan E.
EGE AKADEMİK BAKIŞ, cilt.18, no.3, ss.387-397, 2018 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- **Tüketici Etnosentrizmi, Kozmopolitlik, Satın Alma Tarzı, İlgilenim ve Algılanan Riskin Yerli Giyim Ürünü Satın Alma Niyetine Etkisi**
AKIN M. S., BALOĞLU S., OKUMUŞ A., ÖZTÜRK S.
TÜKETİCİ VE TÜKETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ, cilt.9, no.2, ss.257-295, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **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, no.3, ss.19-37, 2017 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **An Analysis on Turkish Market Entry Opportunities: The Case of Lithuanian Dairy Companies**
JAMONTAITE K., AHMEDOVA S., OKUMUŞ A., ÖZTÜRK S.
Ekonomika, cilt.96, no.2, ss.79-101, 2017 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Çevrimiçi Tabanlı Perakende Modellerinin Tüketici Güveni ve Bağlılığı Açısından Kıyaslanması**
ÖZTÜRK S., OKUMUŞ A.
Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim ve Ekonomi Dergisi, cilt.24, no.2, ss.543-561, 2017 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **İndirimli Süpermarket Zincirleri Üzerine Bir Araştırma: Türk Girişimciler İçin Bulgaristan Pazarının Değerlendirilmesi**
Ayar ÖZTÜRK S., KAYIŞ B., ÖZTÜRK S., OKUMUŞ A.
Journal of Transportation and Logistics, cilt.1, no.1, ss.1-18, 2016 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **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, ss.99-117, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Ürün Yerleştirme: Kavramsal Bir Çerçeve**
ÖZTÜRK S., OKUMUŞ A.
Yönetim Dergisi, İ.Ü. İşletme İktisadi Enstitüsü, no.76, ss.96-119, 2014 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Ürün Yerleştirmeye Yönelik Tüketici Tutumlarının Pazar Bölümlerine Göre İncelenmesi**
ÖZTÜRK S., OKUMUŞ A.
ULUSLARARASI YÖNETİM İKTİSAT VE İŞLETME DERGİSİ, cilt.9, no.18, ss.133-155, 2013 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Segmentation based on sources of marketing intelligence, marketing intelligence quotient and business characteristics in software industry**
ÖZTÜRK S., OKUMUŞ A., Mutlu F.
İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, cilt.41, no.2, ss.227-240, 2012 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Yazılım Pazarlaması ve Yazılım Sektörünün Pazarlama Zekalarının İncelenmesi**
OKUMUŞ A., MUTLU F.
Verimlilik Dergisi, cilt.2012, no.1, ss.45-68, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **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, no.2, ss.176-194, 2011 (Hakemli

Üniversite Dergisi)

- **Examining traditional display advertisement and advertorial according to advertisement and advertised product perception based on factor analysis**
OKUMUŞ A., Çetintürk N., ÇETİN E.
Istanbul University Journal of the School of Business Administration, cilt.40, no.2, ss.176-194, 2011 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin tutumlarının İncelenmesi**
OKUMUŞ A., BOZBAYZ., DAĞLI R. M.
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, no.36, ss.89-111, 2010 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi**
OKUMUŞ A., BOZBAYZ., DAĞLI R. M.
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, ss.89-111, 2010 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Consumers' Price Perceptions As A Segmentation Criteria: An Emerging Market Case**
KURTULUŞ K., OKUMUŞ A.
Journal of the School of Business Administration, Istanbul University, cilt.39, no.1, ss.21-34, 2010 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Images of Italy, France and Morocco as tourist destinations**
OKUMUŞ A., YAŞIN B.
International Journal of Tourism Policy, cilt.2, ss.306-318, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **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, no.2, ss.17-38, 2008 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Examining the Differences of Consumers' Risk and Benefit Perceptions In Online Shopping**
KAYA İ., OKUMUŞ A.
The E-Business Review, International Academy of E-Business, cilt.VIII, ss.157-161, 2008 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Yeni Ürün Geliştirmede Pazar Bilgisi Yönünden Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri**
OKUMUŞ A.
VERİMLİLİK DERGİSİ, cilt.2008, no.3, ss.7-20, 2008 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **The Relationship between Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Buying Intention in Food Retailing Industry**
OKUMUŞ A., BOZBAYZ.
International Journal of Management Cases, cilt.10, ss.551-560, 2008 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- **Hizmet Kalitesi Algılamasının Hava Yolu Yolcularının Genel Memnuniyet Düzeylerine Olan Etkisinin İncelenmesi**
OKUMUŞ A., ASİL H.
İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi. E.A. İşletme Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, cilt.32, no.2, ss.7-29, 2007 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Pazarlama Anlayışında Siyasal Pazarlamanın Yeri Ve Pazar Konumlarına Göre Siyasi Partilerin Stratejik Analizi**
OKUMUŞ A.
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, no.17, ss.157-172, 2007 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Yapı Market Müşterilerinin Hizmet Kalitesi Değerlendirmelerine Göre Pazar Bölümlerinin İncelenmesi**
OKUMUŞ A., YAŞIN B.
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, ss.87-106, 2007 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Havayolu Taşımacılığında Yerli Ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi**
OKUMUŞ A., ASİL H.
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.13, no.1, ss.152-175, 2007 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Yapı Market Müşterilerinin Hizmet Kalitesi Değerlendirmeleri**
OKUMUŞ A., KARÇIĞA B.
Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, cilt.7, no.2, ss.55-75, 2006 (Hakemli Üniversite Dergisi)

- **Süpermarket Müşterilerinin Mağazaya Olan Bağlılık Derecelerine Göre Pazar Bölümlerinin Tanımlanması ve Bölümler Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi**
OKUMUŞ A., TEMİZERLER Z.
İstanbul Üniversitesi, İşletme İktisadı Enstitüsü, Yönetim Dergisi, cilt.17, ss.46-61, 2006 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Yapı Market Müşterilerinin Mağaza Hizmet Kalitesine Yönelik Değerlendirmeleri**
OKUMUŞ A., YAŞIN B.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ DERGİSİ, cilt.7, ss.55-76, 2006 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Fiyat Algılamasının Boyutları Arasındaki İlişkilerin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi**
KURTULUŞ K., OKUMUŞ A.
Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü, cilt.17, no.53, ss.3-17, 2006 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **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, no.1, ss.105-133, 2005 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Perakendecilik sektöründe tüketicilerin fiyat algılamalarına göre bölümlendirilmesi**
OKUMUŞ A.
YÖNETİM: İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadı Enstitüsü Dergisi, cilt.15, no.48, ss.27-38, 2004 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Çevre Dostu Ürün Satınalanlar İle Almayan Tüketicileri Ayırt Eden Temel Özelliklerin Belirlenmesine Yönelik Araştırma**
OKUMUŞ A., YÜKSEL C. A.
Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü, cilt.12, no.40, ss.39-50, 2001 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Çevre Dostu Ürün Satın Alanlar İle Almayan Tüketicileri Ayırt Eden Temel Özelliklerin Belirlenmesine Yönelik Araştırma**
YÜKSEL C. A. , OKUMUŞ A.
İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Dergisi Yönetim, cilt.12, ss.39-50, 2001 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- **Çevre Dostu Ürün Satınalma İle İlgisi Bulunan Değişkenlerin Belirlenmesine Yönelik Araştırma**
YÜKSEL C. A. , OKUMUŞ A.
Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü, cilt.12, no.40, ss.29-38, 2001 (Hakemli Üniversite Dergisi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- **Tüketici Davranışı: Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım (Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş 2.baskı)**
OKUMUŞ A.
Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2018
- **Marketing Management in Turkey**
ÖZTÜRK S., OKUMUŞ A.
The Birth of Omni-Channel Marketing and New Dynamics of Consumers' Approach to Retail Channels, Öztürkcan S., Yolbulan Okan E., Editör, Emerald Publishing, Bingley, ss.247-272, 2018
- **Pazarlama Teorileri (2.baskı)**
OKUMUŞ A., ÖZTÜRK S.
Sosyal Mübadele Teorisi, Yağcı M. İ., Çabuk S., Editör, Media Cat Kitapları, İstanbul, ss.13-33, 2015
- **Tüketici Davranışı: Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım**
OKUMUŞ A.
Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2013
- **Araştırma Yöntemleri**
OKUMUŞ A.

İnternette Satın Alma Davranışı ile Risk ve Fayda Algılamaları Arasındaki İlgisi-SPSS Uygulaması, Kurtuluş K., Editör, Türkmen Kitabevi, İstanbul, ss.217-281, 2010

- **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
- **Pazarlama Araştırmaları, 8.Basım**
OKUMUŞ A.
SPSS Programının Kullanımına İlişkin Temel Bilgiler, Kurtuluş K., Editör, Literatür Yayıncılık, İstanbul, ss.376-449, 2006

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- **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 September 2019, ss.186-189
- **Examining The Image of Italy, France, and Morocco As A Tourist Destination**
OKUMUŞ A., YAŞIN B.
The 4 World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure, Antalya, Türkiye, 22 - 27 April 2008, ss.12-24
- **Examining the Image of Italy, France, and Morocco as a Tourist Destination**
OKUMUŞ A., YAŞIN B.
The 4 World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure, Antalya, Türkiye, 22 - 27 April 2008, ss.12-24
- **Tüketicilerin Fiyat Algılamalarında Esas Olan Pazar Bölümlerinin Oluşturulmasının Denemesi**
KURTULUŞ K., OKUMUŞ A.
11. Ulusal Pazarlama Kongresi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, Türkiye, 1 - 04 November 2006, ss.249-266
- **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 November 2003, ss.253-269
- **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 November 2003, ss.291-306
- **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 October 2003, ss.1
- **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 August 2000, ss.175-182

Diğer Yayınlar

- **Mevcut Tedarik Zinciri Yapısının Ani Krizlere Karşı Yeterince Dayanıklı Olmadığı Görüldü**
Okumuş A.
Diğer, ss.38-39, 2020

- **COVID-19'un Ulaştırma ve Lojistik Sektörüne Etkileri**
Okumuş A.
Diğer, ss.28-32, 2020
- **Mobil İletişim Sektörü Katma Değer Sağlayan Bir Sektördür**
Okumuş A.
Diğer, ss.50-53, 2020
- **Bu Ağa Girenler Kazanacak**
Okumuş A.
Diğer, ss.30-31, 2018
- **Lojistiğin Yedi Doğrusu Yeniden Şekilleniyor**
Okumuş A.
Diğer, ss.19, 2018
- **Pazarın Beklentileri Hala Karşılanabilmiş Değil**
Okumuş A.
Diğer, ss.61, 2010

Desteklenen Projeler

OKUMUŞ A., Diğer Özel Kurumlarca Desteklenen Proje, Türkiye Lojistik Sektörü İçin Lojistik Güven Endeksinin Geliştirilmesi, 2019 - Devam Ediyor

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

ADIGÜZEL MERCANGÖZ B., OKUMUŞ A., DEMİRCİ E., Diğer Özel Kurumlarca Desteklenen Proje, Mobil İletişim Alanında Faaliyet Gösteren Firmaların Ekonomiye Olan Katkılarının İncelenmesi, 2019 - 2019

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

Davetli Kongre ve Sempozyum 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