

Prof. Dr. Huriye Şebnem BURNAZ

KİŞİSEL BİLGİ

Yabancı Dil: İngilizce, Fransızca

AKADEMİK ÖZGEÇMİŞ

Profesör	12/2011-
İTÜ İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü	
Doçent	10/2005-12/2011
İTÜ İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü	
Yardımcı Doçent	4/2003- 10/2005
İTÜ İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama A.B.D	
Yardımcı Doçent	2/2002- 4/2003
İTÜ İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü, Yönetim ve Organizasyon A.B.D.	
Öğretim Görevlisi	7/1999- 2/2002
İTÜ İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü, Yönetim ve Organizasyon A.B.D.	
Araştırma Görevlisi	11/1991 -7/1999
İTÜ İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü, Yönetim ve Organizasyon A.B.D.	

EĞİTİM

Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	
İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Ana Dalı- Doktora	9/1992 -2/1999
İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü	
İşletme Mühendisliği Programı- Yüksek Lisans	9/1990 -6/1992
İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi	
İşletme Mühendisliği Bölümü- Lisans	9/1986 -6/1990
Notre Dame de Sion Fransız Kız Lisesi	
Ortaöğretim ve Lise	9/1978 -6/1986

PROJELER

- TÜBİTAK 1071 Çoklu İşbirliği Destek Programları kapsamında PRIMA (2023), “Medacornet: Meşe Palamutlarının Geleneksel Bir Akdeniz Süper Gıdası Olarak Geri Kazanılması” (123NO65) araştırmacı
- AB Erasmus+ KA2: Cooperation for innovation and the exchange of good practices – Knowledge alliances (2021), “*European Engineering Learning Innovation and Science Alliance- EELISA*” Education Management and Accreditation" (WP3 iş paketi) araştırmacı
- AB Horizon 2020: EELISA INNOVation and COMmon REsearch strategy-EELISA innoCORE (2021) "Reinforcing cooperation in R& I with other sectors, especially academia business cooperation" (WP6 iş paketi) araştırmacı
- GCRF Networking Grants - Round 7 (2021), “*Strengthening housing resilience in Turkey: sustainable strategies for seismic retrofitting decisions*”, araştırmacı
- AB Erasmus+ KA203: Strategic Partnerships for Higher Education (2020), “*STEM Valorisation Training Programme*” İTÜ (yürütücü kurum) proje ortağı, (Bayazıt, Z.E. ve Yurttaş, A. ile birlikte)
- AB Erasmus+ KA2: Cooperation for innovation and the exchange of good practices – Knowledge alliances (2020), “*Women Entrepreneurs in Regional Inclusive Entrepreneurial Ecosystems- WeRIn*” İTÜ proje ortağı (Bayazıt, Z.E., Taş, O. ve Yurttaş, A. ile birlikte)
- AB Erasmus+ KA2: Cooperation for innovation and the exchange of good practices – Knowledge alliances (2020), “*SME Cluster Growth*” İTÜ proje ortağı (Bayazıt, Z.E., Demirel, H. ve Yurttaş, A. ile birlikte)
- AB Erasmus+ KA2: Cooperation for innovation and the exchange of good practices – Knowledge alliances (2019), “*Boundary Spanners Development Programme*” İTÜ proje ortağı (Bayazıt, Z.E. ve Yurttaş, A. ile birlikte)
- AB Erasmus+ KA203: Strategic Partnerships for Higher Education (2018), “*Immersive Business and Engineering English in Virtual Reality: A Tool for the Sustainable Mobility of the Skilled Workforce in the EU (I-BEE-VR)*”, proje değerlendiricisi
- TÜBİTAK 1601 Üniversitelerde Girişimcilik Sertifika Programı Oluşturulması ve Yürütülmesi (2015), “*İTÜ Girişimcilik ve İnovasyon Sertifika Programı*” (4130032 numaralı proje) (Yürütücü - Taş, O., Tuncalp, D., Bayazıt, Z.E. ve Yıldırım, N. ile birlikte)
- İTÜ Bilimsel Araştırma Projesi ,“Sağlık sektöründe hasta deneyimi ile hasta katılımı (engagement) arasındaki ilişkinin analiz edilmesine yönelik bir çalışma” (2019), (Özçelik, A.B. doktora tezi projesi)
- İTÜ Bilimsel Araştırma Projesi, “Mobil Numara Taşıma Yolu ile Operatör Değiştirme Davranışlarının Analizi” (2016), (Şenel, M. yüksek lisans projesi)
- İTÜ Bilimsel Araştırma Projesi, “Ülke Menşei Etkisinin Tüketici Satın alma Niyetine Etkisi” (2013), (Coşkun, M. yüksek lisans projesi)
- İTÜ Döner Sermaye Projesi, “Bimpaş Dağıtım Kanalı Üyelerinin Firma ile İlişkileri: Tatmin ve Beklentilerin Ölçümü” (2006), (Uray, N. (yürütücü) ve Ulubaşoğlu, G. ile birlikte)
- LC Waikiki, Tema Mağazacılık Özel Projesi, “Mağaza Yeri Değerlendirme (“Evaluation of Retail Store Location”) (2006), (proje eş yürütücüsü - Topcu, Y.İ ile birlikte)

- İTÜ Araştırma Fonu Projesi “Türk, Alman ve Amerikan Reklamlarının Tipolojisi: Kültürlerarası Bir Karşılaştırma” (2002), (proje yürütücüsü - Uray, N., Ataman, B., Karaosmanoğlu, E. ve Elmadağ, A.B. ile birlikte)
- İTÜ Araştırma Fonu Projesi “AT Pazarında Hazır Giyim Firmalarının Uyguladıkları Pazarlama Stratejileri ve Gümrük Birliği’nin Etkisi” (2000), (Sezgin, S. (yürütücü) ve Uray, N. ile birlikte)
- İTÜ Döner Sermaye Projesi “Pepsi Cola Tat Testi” (1997), (Sezgin, S. (yürütücü), Ülengin F., Levent H., Küskü F., Erçek M. ile birlikte)
- İTÜ Döner Sermaye Projesi “Pepsi Cola Tat Testi” (1996), (Sezgin, S. (yürütücü), Ülengin F., Uray N., Levent H., Arıkanlı M., Erçek M. ile birlikte)

İDARİ GÖREVLER

- İTÜ Vakfı Mütevelli Heyeti Üyesi (2022-)
- İşletme (YL ve Doktora) Programı Yürütme Komisyonu Üyesi (2020-)
- Yöneticiler için İşletme (Executive MBA) Programı Yürütme Komisyonu Üyesi (2020-2023)
- İTÜ 250.Yıl Etkinlikleri İcra Komitesi Üyesi (2021-2022)
- İTÜ-KKTC Yönetim Kurulu Üyesi (2018-2022)
- İTÜ GİNOVA (Girişimcilik ve İnovasyon) Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü (2014-2022)
- İTÜ Vakfı Dergisi Yayın Kurulu Üyesi (2016-2022)
- İTÜ Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Endeksi Çalışma Komisyonu Üyesi (2016-2021)
- Türkiye Pazarlama Derneği Yönetim Kurulu Üyesi (2017-2021)
- Yüksek Öğretim Kalite Kurulu (YÖKAK) Dış Değerlendirme Kurulu Üyesi (2017-2020)
- İTÜ Mühendislik Mimarlık Eğitimi Mükemmeliyet Merkezi Danışmanlar Kurulu Üyesi (2018-2020)
- İTÜ Kalite Kurulu Üyesi (2017-2019)
- İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü (2012-2018)
- İTÜ Senato ve YK Üyesi (2012-2018)
- İTÜ Lisansüstü Eğitimi Senato Komisyonu Üyesi (2012-2018)
- İTÜ Uluslararası Bilimsel ve Sanatsal Yayınları Teşvik Programı Ödül Komisyonu Üyesi (2015-2018)
- İTÜ Bilim Mühendislik ve Teknolojide Kadın Araştırmaları ve Uygulamaları Merkezi (BMT-KAUM) Yönetim Kurulu Üyesi (2013-2017)
- İTÜ Kamu Konutları Esaslarını Güncelleme Komisyonu Üyesi (2016)
- İTÜ Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu Üyesi (2012-2016)
- Kurumsal Kimlik ve Logolu Ürünler Komisyonu Üyesi (2014-2016)
- Kantin, Kafeteryalar ve Yemek Yeme Yerleri Denetleme Komisyonu Üyesi (2010-2012; 2014-2016)
- İTÜ Lisans Eğitimi Senato Komisyonu Üyesi (2012-2014)
- İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdür Yardımcısı (2010-2012)
- Yöneticiler için İşletme (Executive MBA) Programı Yürütme Komisyonu Üyesi (2010-2012)
- İşletme Tezsiz Yüksek Lisans Programı Yürütücüsü (2008-2012)
- İşletme Fakültesi Yatay Geçiş ve İntibak Komisyonu Yürütücüsü (2006-2010)
- İşletme Fakültesi Öğrenci Değişim Komisyonu Üyesi (2006-2010)

- İşletme ve Teknoloji Yönetimi Programı Yürütme Komisyonu Üyesi (2003-2009)
- İşletme Mühendisliği Yüksek Lisans Programı Yürütme Komisyonu Üyesi (2002-2008)
- İşletme Müh. Bölümü ABET Mezunlar Komisyonu Üyesi (2002-2003; 2009-2012)
- İşletme Müh. Bölümü Tanıtım Komisyonu Üyesi (2001-2003)

BİLİMSEL YAYINLAR

ULUSLARARASI MAKALELER

- Durkaya-Kurtcan, B. ve Burnaz, Ş. (2023), “Review Helpfulness in Online Settings: An Analysis of Informational and Emotional Content”, International Journal of Electronic Marketing and Retailing (IJEMR), *basım aşamasında*
- Çeşmecı, C. ve Burnaz, Ş. (2022), “How Does Construal Level Affect Consumers’ Intention to Adopt Product Ratings and Individual Reviews?”, Business and Management Studies: An International Journal (BMIJ), 10, 4, 1-20.
- Harिताoğlu, G., Korkmaz, T. ve Burnaz, Ş. (2022), “A Field Study on Sensory Cues and Customer Revisit Intention”, Journal of Management, Marketing and Logistics, 9, 3, 105-114.
- Özçelik, A.B., Varnalı, K. ve Burnaz, Ş. (2021), “A Holistic Framework for Patient Experience: 5P Model”, International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing (ESCI), 15,4, 516-533
- Demiray, M., Burnaz, Ş. ve Li, D. (2021), “Effects of Institutions on Entrepreneurs’ Trust and Engagement in Crowdfunding”, Journal of Electronic Commerce Research, (SSCI), 22, 2, 95-109
- Acıkgöz, F. ve Burnaz, Ş. (2021), “The Influence of Influencer Marketing on Youtube Influencers”, International Journal of Internet Marketing and Advertising, 15, 2, 201-219.
- Demirel, S., Burnaz, Ş. ve Karaosmanoglu, E. (2020), “The Impact of Framing on Donation Behavior: A Research Agenda”, Journal of Management, Marketing and Logistics, 7, 2, 91-101.
- Coşkun, M., Gupta, S. ve Burnaz, Ş. (2020), “Store Disorderliness Effect: Shoppers' Competitive Behaviours in a Fast-Fashion Retail Store”, International Journal of Retail and Distribution Management, 48, 7, 763-779. (SSCI)
- Sahin-Kazazoglu, G. ve Burnaz, Ş. (2019), “A Qualitative Research On Perceived Authenticity of Corporate Social Responsibility”, Journal of Management, Marketing and Logistics, 6, 4, 225-238.
- Özçelik, A.B. ve Burnaz, Ş. (2019), “Customer Experience Quality Dimensions in Health Care: Perspectives of Industry Experts”, Journal of Management, Marketing and Logistics, 6, 2, 62-72.
- Demiray, M. ve Burnaz, Ş. (2019), “Positioning of Crowdfunding Platforms: Turkey as an Emerging Market Case, Journal of Management, Marketing and Logistics, 6, 88-94.

- Coşkun, M., Gupta, S. ve Burnaz, Ş. (2019), "Human Crowding and Store Messiness: Drivers of Retail Shopper Confusion and Behavioral Intentions", *Journal of Consumer Behaviour*, 18, 4, 313-331. (SSCI)
- Demiray, M. ve Burnaz, Ş. (2019), "Exploring the Impact of Brand Community Identification on Facebook: Firm-Directed and Self-Directed Drivers", *Journal of Business Research*, 96, 115-124. (SSCI)
- Al-Burai, A., Burnaz, Ş. ve Giriskan, Y. (2018), "An Analysis of Voters' Perception of Visual Advertisements with Respect to Neuro-Marketing Approach", *Journal of Business, Economics and Finance*, 7, 3, 237-258.
- Aydın, G. ve Burnaz, Ş. (2016), "User Attitudes towards Mobile Payment: A New Purchasing Application from Turkey", *Journal of Euromarketing*, 25, 3-4, 115-130.
- Aydın, G. ve Burnaz, Ş. (2016), "Adoption of Mobile Payment Systems: A Study on Mobile Wallets", *Journal of Business, Economics and Finance*, 5, 1, 73-92.
- Coşkun, M. ve Burnaz, Ş. (2016), "Exploring the Literal Effect of Country of Origin for a New Brand: A Conjoint Analysis Approach", *Journal of International Consumer Marketing*, 28, 2, 106-120.
- Coşkun, M. ve Burnaz, Ş. (2013), "The Impact of Country of Origin on Consumers' Purchasing Intentions", *The Journal of American Business Review*, 2, 1, 238-245.
- Marta, J., Singhapakdi, A., Lee, D.J., Burnaz, Ş., Topcu, Y.I., Atakan, M.G.S. ve Ozkaracalar, T. (2012), "The Effects of Corporate Ethical Values and Personal Moral Philosophies on Ethical Intentions in Selling Situations: Evidence from Turkish, Thai, and American Businesspeople", *Journal of Business Ethics*, 106, 2, 229-241. (SSCI)
- Burnaz, Ş. ve Bilgin, P. (2011), "Consumer Evaluations on Brand Extensions: B2B Brands Extended into B2C Markets", *Journal of Product & Brand Management*, 20, 4, 256-267.
- Nacar, R. ve Burnaz, Ş. (2011), "A Cultural Content Analysis of Multinational Companies' Websites", *Qualitative Marketing Research: An International Journal*, 14, 3, 274-288.
- Burnaz, Ş., Atakan, M.G.S. ve Topcu, Y.I. (2010), "Have Ethical Perceptions Changed? A Comparative Study on the Ethical Perceptions of Turkish Faculty Members", *Journal of Academic Ethics*, 8, 2: 137-151. (SCOPUS)
- Burnaz, Ş., Atakan, M.G.S., Topcu, Y.I. ve Singhapakdi, A. (2009), "A Cross Cultural Analysis of Marketing Ethics: The Case of Turkish, Thai, and American Businesspeople", *Journal of Business Ethics*, 90, supp.3, 371-382. (SSCI)
- Atakan M.G.S., Burnaz, Ş. ve Topcu, Y.I. (2008), "An Empirical Investigation of the Ethical Perceptions of Future Managers with a Special Emphasis on Gender – Turkish Case", *Journal of Business Ethics*, October, 82, 3, 573-586. (SSCI)
- Atakan, S. ve Burnaz, Ş. (2007), "Retail Internationalisation: A British Retailer in Turkey", *European Regional Review, European Retail Digest*, 53, 40-43.

- Burnaz, Ş. ve Topcu, Y.I. (2006), “A Multiple Criteria Decision Making Approach for the Evaluation of Retail Location”, Journal of Multi-Criteria Decision Analysis (JMCDA) Special issue on Real World Applications of MCDA, 14, 67-76.
- Uray, N. ve Burnaz, Ş. (2003), “An Analysis of the Portrayal of Gender Roles in Turkish TV Advertisements”, Sex Roles: A Journal of Research, 48, 1/2, 77-88. (SSCI)

ULUSAL MAKALELER

- Ayar, B. ve Burnaz, Ş. (2023), “Tüketici Davranışında Zaman Kavramı”, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 16, 2, 341-380.
- Coşkun, M., Keleş, E.H. ve Burnaz, Ş. (2017), “Türkiye ve Türk Ürünlerine Yönelik Ulusal Kalıp Yargılar Üzerine Bir Araştırma”, Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi (TTAD), 9, 2, 297-316.
- Özçelik, A.B., Gegez, E.E. ve Burnaz, Ş. (2017), “Mobil İnternet, Tüketici Materyalizmi ve Alışveriş Bağımlılığı: Alışveriş Motivasyonlarının Düzenleyici Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları (PATU) Dergisi, 3, 2, 1-20.
- Okan, M. ve Burnaz, Ş. (2017), “Tüketici Etiği Çerçevesinde Korsan Tüketim: Sosyo-Bilişsel Bir Model Önerisi”, ODTÜ Gelişme Dergisi, 44, 1, 69-93.
- Aydın, G. ve Burnaz, Ş. (2016), “Mobil Cüzdan Kullanım Niyeti ve Kişisel Yenilikçiliğin Aracılık Etkisi”, Finans, Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, 53, 611, 71-84.

DİĞER

- Burnaz, Ş. ve Demiray M. (2021) “Kitle Fonlaması”, IQ Dergisi, Teknopark İstanbul Türkiye, 1, 56-60.
- Burnaz, Ş. ve Demiray M. (2020) “İnovasyona Giden Yol: Kitle Fonlaması”, Fortune Türkiye, Nisan, 32-33.
- Burnaz, Ş. ve Özcelik, A. B. (2019) “Sadece Müşteri mi Deneyim Yaşar? Hasta Deneyimine 5P Yaklaşımı”, Harvard Business Review Türkiye, Mart, 102-107
- Girişken, Y. ve Burnaz, Ş. (2017) “Makineler İnsanı Anlar mı? – Nörobilim Teknikleri ile Tüketicuyu Yeniden Keşfetmek”, İTÜ Vakfı Dergisi, Ocak-Mart, 75: 62-65.
- Göksu, Ç. ve Burnaz, Ş. (2004) “Success Factors of a Brand Extension”, ESTIEM (European Students of Industrial Engineering & Management) Magazine, 26: 19-22.
- Burnaz, Ş. ve Esgin, N. (2003), “Marka Yayma Yoluyla Pazara Sunulan Yeni Ürünlerin Tüketiciler Açısından Değerlendirilmesi”, Pazarlama Dünyası, 17, 5: 23-30.
- Burnaz, Ş. (2003) “Perakendede Dönüşümün Temel Taşı: Büyük Ölçekli Perakendecilik”, Retail News, Şubat-Mart, 42: 36-38.
- Sezgin S., Uray, N. ve Burnaz, Ş. (1995), “Hedef Pazar Olarak Kadınların Aile İçi Satın Alma Karar Yapısı ve Yaşam Biçimi Bölümlendirmesi” Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Dergisi, 1, 2, 117-135.

KİTAP

Editörlük

- Altınbasak-Farina, İ. ve Burnaz, S. (2019), Ethics, Corporate Social Responsibility and Sustainability in Marketing, Springer Nature, ISBN 978-981-13-7923-9

Uluslararası Kitap içinde Bölüm Yazarlığı

- Cesmeci C., Burnaz S. (2020) Has Luxury Consumption Something to do with Fear and Love? In: Pantoja F., Wu S., Krey N. (eds) Enlightened Marketing in Challenging Times. AMSWMC 2019. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science, Springer Cham, ISBN 978-3-030-42544-9, 83-95.
- Kazazoglu, G. S., Özcelik, A.B. ve Burnaz, S. (2019) “Competitive Deviance from Ethicality: A Focus On Online Settings”, in: Altınbasak-Farina, İpek and Burnaz, Sebnem (eds.). Ethics, Corporate Social Responsibility and Sustainability in Marketing, Springer Nature, ISBN 978-981-13-7923-9, 19-43.
- Ulubaşoğlu, G., Şenel, M. ve Burnaz, S. (2017) “To Switch or Not? Analyzing The Question for Consumers in Turkish Mobile Telecommunications”, in: Rossi, Patricia (ed.), Marketing at the Confluence between Entertainment and Analytics, Proceedings of the Academy of Marketing Science (2016 AMS World Marketing Congress), Springer International Publishing AG, ISBN 978-3-319-47330-7, Vol.2, 969-982.
- Demiray, M., Burnaz, S. ve Aslanbay, Y. (2016) “The Crowdfunding Market: Models, Platforms and Projects”, in Crowdfunding for Sustainable Entrepreneurship and Innovation, Walter Wassalo (ed.) Advances in Business Strategy and Competitive Advantage (ABSCA) Book Series, IGI Global: Hershey, PA., ISBN13: 9781522505686, 90-126.
- Demiray M., Burnaz S. (2016) “The Impact of Company Facebook Page on WOM Communication of New Product” in: Campbell C., Ma J. (eds.) Looking Forward, Looking Back: Drawing on the Past to Shape the Future of Marketing. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham, ISBN: 978-3-319-24182-1 (Print) 978-3-319-24184-5 (Online), 234-243.
- Isik, M., Ozaydin, O., Burnaz, S. ve Y.I. Topcu (2016), “A Multi Criteria Decision Analysis Approach to Measure the Effectiveness of Sports Sponsorship”, in: Campbell C., Ma J. (eds) Looking Forward, Looking Back: Drawing on the Past to Shape the Future of Marketing. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham, ISBN: 978-3-319-24182-1 (Print) 978-3-319-24184-5 (Online), 564-573.
- Nacar, R., Burnaz, S. ve Uray, N. (2013) “Culture and Websites Interaction: Issues and Perspectives”, in: Christiansen, Bryan; Turkina, Ekaterina and Williams, Nigel (eds.) Cultural and Technological Influences on Global Business, IGI Global: Hershey, PA., ISBN: 9781466639669, 316-351.
- Sezgin, S., Uray, N. ve Burnaz S. (2001) “Marketing Practices of the Turkish Clothing Industry Firms Exporting to the European Union” in:

Yaprak, A. and Tutek, H. (eds) Advances in International Marketing, Volume 10, ISBN: 0762306699, Ablex Publishing Corp., JAI Press. 163-190.

Ulusal Kitap içinde Bölüm Yazarlığı

- Burnaz, Ş. (2023), “Pazarlama Çevresinin Analizi”, Pazarlama (çeviri), Grewal, D. ve Levy, M.’dan çeviri, Bölüm 5, Nobel Akademik Yayınevi, İstanbul
- Burnaz, Ş. (2018), “Rekabet Stratejileri”, Pazarlama İlkeleri (çeviri), Bölüm 18, s. 542-567, Beta Yayınları, İstanbul, ISBN 978-605-242-181-9
- Burnaz, Ş. ve Korkut, O.A. (2018), “Müşteri İçgörüsü Edinmeye Yönelik Pazarlama Bilgi Sistemi”, Pazarlama İlkeleri (çeviri), Bölüm 4, s.104-139, Beta Yayınları, İstanbul, ISBN 978-605-242-181-9
- Burnaz, Ş. ve Uray N. (2011), “İlişkisel Pazarlamada Müşteri ile İletişimin Değişen Yapısı: Sosyal Medyanın Rolü Üzerine Bir Değerlendirme”, Pazarlama, İşletme Yönetimi ve Eğitiminde Seçilmiş Yazılar: Prof. Dr. Selime Sezgin’e Armağan, Editörler: N.Uray, Ş.Burnaz, E.Karaosmanoğlu, B.Elmadağ Baş, G.Ulubaşoğlu, C.Aktan, M.Demiray, , s.23-35, Beta Yayınları Yayın No: 2576, İstanbul, ISBN 978-605-377-598-0
- Burnaz, Ş. (2008), Küresel Pazarlama Yönetimi, “Uluslararasılaşma Süreci”, s. 35-52 (Bölüm 1.2), Beta Yayınları, Yayın No: 2038, İşletme-Ekonomi Dizisi: 283, İstanbul, ISBN: 978-975-295-935-4
- Uray, N. ve Burnaz, Ş. (2007) “Pazarlama ile Üretim-Araştırma-Geliştirme-Tasarım Etkileşimi: Rekabet Üstünlüğüne Giden Yol”, Prof. Dr. Sıtkı Gözlü’ye Armağan, Çağlayan Basımevi, İstanbul, ISBN:975-561-287-4.
- Uray, N. ve Burnaz, Ş. (2001) “Reklamcılıkta Content (İçerik) Analizinin Yeri: Kadın ve Erkek Karakterlerin Profili”, Nezih Neyzi’ye Armağan, Pazarlama ve Kamuoyu Araştırmacıları Derneği, İstanbul, s. 220-231.
- Burnaz, Z. ve Burnaz, Ş. (2000) “Türk Binek Otomobil Sektörünün Gelişimi”, Ayhan Toraman’a Armağan Kitabı, İstanbul, s. 297-310.
- Burnaz, Ş. (1994) “1994 Ekonomisi” (çeviri), Cep Üniversitesi, İletişim Yayınları, İstanbul, s. 118-138.

ULUSLARARASI BİLDİRİLER

Tam Metin

- Coskun, M., Gupta, S. ve Burnaz, S. (2019), “Store Disorderliness Effect: Shoppers’ Competitive Behaviors in a Fast Fashion Retail Store”, ACRA Conference, 4-6 Nisan, Tucson, ABD
- Aydın, G. ve Burnaz, S. (2016), “Innovativeness Impact on Attitude Development towards Mobile Payment Applications”, International Management Development Association (IMDA) 25th Annual World Business Congress, 15-19 Haziran 2016, Londra, İngiltere.
- Demiray, M. ve Burnaz, S. (2014), “The Effects of Company Responses to Negative Comments on Other Customers’ Attitudes toward Brand in Company-hosted Social Networking Sites”, Global Business Conference, 1-4 Ekim 2014, Dubrovnik, Croatia (Bildiriler Kitabı, s. 80-86). ISSN: 1848-2252

- Demiray, M. ve Burnaz, S. (2014), "The Role of Peer Influence on Brand Community Commitment: A SEM Model for Brand Communities in a Social Networking Site", AMA Summer Marketing Educators' Conference, 1-3 Ağustos, San Fransisco, ABD (Bildiriler Kitabı, s. F 35-41) ISBN: 978-1-63439-884-8
- Yurdagul, M., Ozsoy, M.S., Burnaz, S. ve Topcu, Y.I. (2012), "Evaluation of Entry and Penetration Strategies to Middle East Market Utilizing a Multi Criteria Decision Analysis Approach", The 42nd International Conference on Computers and Industrial Engineering, 15-18 Temmuz 2012, Cape Town, Güney Afrika (Bildiriler Kitabı, s. 609-616) ISBN: 978-1-62748-684-2
- Coskun, M. ve Burnaz, S. (2012), "The Country of Origin Effect on Purchasing Intention of Turkish Consumers for Leather Shoes", International Management Development Association (IMDA) 21st Annual World Business Congress, 4-8 Temmuz 2012, Helsinki, Finlandiya (Bildiriler Kitabı, s. 236-243) ISBN: 1-888624-11-6
- Burnaz, S. ve Topcu, Y.I. (2011), "A Decision Support on Planning Retail Tenant Mix in Shopping Malls", 7th International Strategic Management Conference, 30 Haziran-2 Temmuz 2011, Paris, Fransa (Bildiriler Kitabı, s. 317-323)
- Eren, G., Burnaz, S. ve Uray, N. (2010), "Advertising Value of Mobile Marketing Activities and Consumer Attitudes", Global Marketing Conference, 9-11 Eylül 2010, Tokyo, Japonya (Bildiriler CD'si, s.511-522)
- Burnaz, S. ve Topcu, Y.I. (2010), "A Multi-Criteria Decision Analysis for Mobile Phone Purchasing", Global Marketing Conference, 9-11 Eylül 2010, Tokyo, Japonya (Bildiriler CD'si, s.2325-2336)
- Aktan, C. ve Burnaz, S. (2010), "Profiling Fast Fashion Apparel Shoppers: A Study on Consumers' Perceived Shopping Values", International Management Development Association (IMDA) The 19th Annual World Business Congress, 20-25 Temmuz 2010, Konya (Bildiriler Kitabı, s. 271-278).
- Hubar, H, Ozyazgan, T. ve Burnaz, S. (2010), "The Use of Social Media as a New Marketing Communications Tool", NMIC - 2nd International Conference on New Media and Interactivity, 28-30 Nisan 2010, İstanbul (Bildiriler Kitabı s. 148-153).
- Toksoy, H.I. ve Burnaz, S. (2010), "An Emerging Concept: Digital Strategies and I-Marketing", NMIC - 2nd International Conference on New Media and Interactivity, 28-30 Nisan 2010, İstanbul (Bildiriler Kitabı s. 100-106).
- Aktan, C. ve Burnaz, S. (2010), "Perceived Shopping Values of Young Consumers in Fast Fashion Retailing", 7th International Conference for Consumer Behaviour, Tourism and Retailing Research, ESHTe, 7-9 Nisan 2010, Estoril/Lizbon, Portekiz (Bildiriler CD'si s. 484-498).
- Topcu, Y.I., Burnaz, S. ve Urgan, S. (2007), "A Multi Criteria Analysis of Factors Influencing Organic Food Marketing", The 13th AMS World Marketing Congress, 11-14 Temmuz 2007, Verona, İtalya (Bildiriler Kitabı s. 283-287).
- Uray, N., Eldas, O. ve Burnaz, S. (2007), "Content Analysis of Web Site as the Communication Medium: Does the Culture Matter?" International

Management Development Association (IMDA). The 16th Annual World Business Congress, 4-8 Temmuz 2007, Maastricht, Hollanda (Bildiriler kitabı s. 418-426).

- Atakan, M.G.S. ve Burnaz, S. (2006), “Marks and Spencer in Turkey: The Store Image of an International Retailer”, 13th International Conference of EIRASS on Retailing and Services Science, 9-12 Temmuz 2006, Budapeşte, Macaristan (Bildiriler CD’si: 10 sayfa).
- Burnaz, S. ve Topcu, Y.I. (2005), “A Multi-Criteria Decision Model for Turkish Soft Drink Industry”. The 8th International Symposium on the Analytic Hierarchy Process, 7-10 Temmuz 2005, Honolulu, Hawai’i, ABD (Bildiriler CD’si: 10 sayfa). (En iyi bildiri ödülü)
- Atakan, M.G.S., Burnaz, S. ve Topcu, Y.I. (2005), “Perceived Conduct and Ethical Issues among Faculty Members”, The 12th AMS World Marketing Congress, 6-9 Temmuz 2005, Münster, Almanya (Bildiriler Kitabı s. 329 – 333).
- Topcu, Y.I. ve Burnaz, S. (2004), “A Decision Support Proposal for Retailer Selection Problem”, The 17th International Conference on Multiple Criteria Decision Making, 6-11 Ağustos 2004, Whistler, B.C., Kanada (Bildiriler CD’si: AP162 – 8 sayfa).
- Burnaz, S., Topcu, Y. I. ve Ekin, S. (2004), “An Exploratory Study on Consumers’ Attitudes Towards Online Buying – Why They Do Not Buy?”, 4th Annual Conference, The International Academy of E-Business, 28-31 Mart 2004, Atlantic City, New Jersey ABD (Bildiriler kitabı s. 27-30).
- Ulubasoglu, G., Uray, N. ve Burnaz, S. (2004), “Adoption of Internet Banking by Turkish Customers: Profile of Adopters vs. Nonadopters”, 4th Annual Conference, The International Academy of E-Business, 28-31 Mart 2004, Atlantic City, New Jersey ABD (Bildiriler kitabı s. 157-160)
- Burnaz, S., Uray, N., Ataman, B. ve Elmadag, A. B. (2003), “Analysis of Advertising Content: A Cross-Cultural Comparison of American, German, and Turkish Advertisements”, 9th Cross-Cultural Research Conference, 10-14 Aralık 2003, Rose Hall, Jamaica (Bildiriler CD’si: 7 sayfa).
- Burnaz, S. ve Topcu, Y.I. (2002), “Business Ethics: Considerations of Purchasing Professionals”, International Management Development Association (IMDA) The 11th Annual World Business Congress, 10-14 Temmuz 2002, Antalya (Bildiriler kitabı s. 253-260).
- Ekin, S. ve Burnaz, S. (2002), “Consumers' Adoption of Internet Usage in Turkey: Comparison between Online Shoppers and Nonshoppers” International Management Development Association (IMDA) The 11th Annual World Business Congress, 10-14 Temmuz 2002, Antalya. (Bildiriler kitabı s. 540-547).
- Uray, N. ve Burnaz, S. (2001), “Information Content in TV Advertising: A Comparative Analysis of German and Turkish TV Commercials”, The 10th AMS World Marketing Congress, 27 Haziran-1 Temmuz 2001, Cardiff, İngiltere (Bildiriler CD’si: 7 sayfa)

Özet/ Poster

- Sanisoğlu, M., Kaya, T. ve Burnaz, S. (2022), “Marketing Campaign Management Using Machine Learning Techniques: An Uplift Modeling Approach”, INFUS (The

International Conference on Intelligent and Fuzzy Systems) Conference, 19-21 Temmuz, İzmir, Türkiye

- Çeşmeci, C. ve Burnaz, S. (2022), “Aggregate Review Metrics vs. Individual Reviews: How Do They Affect Risk Perception and Product Judgment?”, INFORMS Marketing Science Conference, 16-18 Haziran, Online (hosted by the University of Chicago)
- Açıkgöz, F. ve Burnaz, S. (2019), “The Impact of Sponsored Content on Attitude Towards Youtube Influencers”, 28th Annual CIMaR Conference, 17-21 Haziran, Ankara, Türkiye
- Aydın, G., Yiğit, P. ve Burnaz, S. (2018), “Clustering Active Users and Potential Users of a Mobile Payment Application through Self Organizing Maps”, International Statistics Days Conference (ISDC), 3-7 Ekim, Muğla, Türkiye.
- Coskun, M. and Burnaz, S. (2017) “The Impact of Store Disorderliness on Shopping Behavior in a Fashion Retail Context”, AMA Summer Conference, 4-6 Ağustos, San Fransisco, ABD (*poster bildirisi*)
- Coskun, M., Ergen Keles, F.H. and Burnaz, S. (2017) “Brand Name and Ad Execution Format: Influence of Stereotypical Associations in Utilitarian Service Context”, AMA Summer Conference, 4-6 Ağustos, San Fransisco, ABD (*poster bildirisi*)
- Kazazoğlu, G., Özcelik, A.B. ve Burnaz, S. (2016), “How Does the Perceived Deviancy of Online Reviews Affect the Ethicality Perception?”, 7th International Conference on Governance Fraud Ethics and Social Responsibility, 9-10 Aralık, İstanbul, Türkiye
- Yesilyurt, C., Topcu, Y.I ve Burnaz, S., (2015), “Decision of Advertising Media Selection by Using ANP in the FMCG Industry”, The 27th European Conference on Operational Research (EURO), 12-15 Temmuz 2015, Glasgow, İngiltere (Bildiri özetleri kitabı s. 79)
- Vatansever, F., Ipek, S., Burnaz, S. ve Topcu, Y.I. (2013), “A Decision Model for Preventing Seasonality in Chocolate Purchasing”, The 26th European Conference on Operational Research (EURO), 1-4 Temmuz 2013, Roma, İtalya (Bildiri özetleri kitabı s. 18).
- Burnaz, S., Ekmekci, E. ve Topcu, Y.I. (2012), “A Decision Analysis On Cooperative Advertising”, The 25th European Conference on Operational Research (EURO), 8-11 Temmuz 2012, Vilnius, Litvanya (Bildiri özetleri kitabı s. 49).
- Demiray, M. ve Burnaz, S. (2012) “Online Brand Communities: Their Influence on New Product Adoption”, Istanbul Technical University and Technical University of Berlin Joint Conference, 11-14 Ocak, Berlin, Almanya (Bildiri özetleri kitabı s. 7).
- Yilmaz, F., Burnaz, S. ve Topcu, Y.İ. (2011), “A Multi-Criteria Decision Support Model for Effective Portfolio Management of an Automobile Manufacturing Company”, The 21st International Conference on Multiple Criteria Decision Making, 13-17 Haziran, Jyväskylä, Finlandiya (Bildiri özetleri kitabı s. 230).
- Isik, M., Ozaydin, O., Topcu, Y.I. ve Burnaz, S. (2011), “Determining the Effects of Sports Sponsorship Success”, The 21st International Conference on Multiple Criteria Decision Making, 13-17 Haziran, Jyväskylä, Finlandiya (Bildiri özetleri kitabı s. 231).
- Isik, M., Ozaydin, O., Topcu, Y.I. ve Burnaz, S. (2010), “An AHP Model to Evaluate Brand Equity of Sports Clubs”, 24th European Conference on Operational Research (EURO), 11-14 Temmuz 2010, Lizbon, Portekiz. (Bildiri özetleri kitabı s. 71).
- Burnaz, S. ve Topcu, Y.I. (2009), “Comparison of Two Apparel Retailer Companies”, The 23rd European Conference on Operational Research (EURO), 5-8 Temmuz 2009, Bonn, Almanya. (Bildiri özetleri kitabı s. 35).
- Gülüm, M.S., Dedek, S., Burnaz S. ve Topcu Y.I. (2009), “The Analysis of Marketing Strategies against the Market Entry of Innovative Products”, The 20th

International Conference on Multiple Criteria Decision Making, 21-26 Haziran 2009, Chengdu/Jiuzhaigou, Çin. (Bildiri özetleri kitabı s. 202-203).

- Tosun O., Gungor A., Burnaz S. ve Topcu Y.I. (2007), “ANP Application in Mobile Phone Purchasing Process”. The 22nd European Conference on Operational Research (EURO), 8-11 Temmuz, 2007, Prag, Çek Cumhuriyeti (Bildiri özetleri kitabı s. 119).
- Topcu Y.I., Burnaz S. ve Urgan S. (2004), “Modeling Marketing Strategies in Organic Food through Analytic Network Process”. The 17th International Conference on Multiple Criteria Decision Making, Ağustos 6-11, 2004, Whistler, B.C., Kanada (Konferans CD’si: AA171 CF -1 sayfa).
- Tezcan, F. ve Burnaz, S. (2003), “Consumers’ Attitudes towards Social Responsibilities of Companies”, European Business Ethics Network (EBEN), 29-31 Ağustos, Budapeşte, Macaristan (Bildiri özetleri kitabı s.184-187).
- Topcu, Y.I., Ekin, S. ve Burnaz, S. (2003), “An Investigation of the Ethical Dilemmas Faced by Faculty: The Case of Turkey”, European Business Ethics Network (EBEN), 29-31 Ağustos, Budapeşte, Macaristan (Bildiri özetleri kitabı s.188-190).
- Ekin, S., Burnaz, S. ve Topcu, Y.I. (2003), “A Multicultural Comparison of Ethical Perceptions of Students”, 5th EURO/INFORMS Joint International Meeting, 6-10 Temmuz İstanbul, Türkiye (Bildiri özetleri kitabı s. 123).
- Topcu, Y.I. ve Burnaz, S. (2002), “Suppliers’ Perceptions of Ethical Implications: A comparison with Their Counterparts’ Considerations”, The 12th Mini EURO Conference, 2-5 Nisan, Brüksel, Belçika (Bildiri özetleri kitabı s. 117).
- Topcu, Y.I. ve Burnaz, S. (2001) “An Integrated Decision Aid for Point of Purchase Selection”, The 18th European Conference on Operational Research (EURO), 9-11 Temmuz, Rotterdam, Hollanda (Bildiri Özetleri Kitabı s.49)
- Burnaz, S. ve Topcu, Y.I. (2001) “Ethical issues in buyer supplier relationships”. The 18th European Conference on Operational Research (EURO), 9-11 Temmuz, Rotterdam, Hollanda (Bildiri Özetleri Kitabı s. 173)
- Uray, N. ve Burnaz, S. (1999) “Sex-Role Portrayals in Turkish Television Advertisements”, Istanbul Technical University and Technical University of Berlin Joint Conference, 11-12 Kasım, İstanbul, Türkiye, (Bildiri Özetleri Kitabı, s.3)
- Burnaz, S. (1998) “The Evolution of Large-Scale Retailing in Turkey”, Istanbul Technical University and Technical University of Berlin Joint Conference, 22-23 Ekim, Berlin, Almanya, (Bildiri Özetleri Kitabı, s.3)

ULUSAL BİLDİRİLER

Tam Metin

- Demirdöğner, A. ve Burnaz, Ş. (2023) “Beyond the Game: Exploring the Impact of Flow Experience on Player Behaviors in Virtual Reality Gaming”, 3. Uluslararası Lisansüstü Çalışmalar Kongresi (IGSCONG), 14-17 Haziran, Online.
- Durkaya-Kurtcan, B., Demiray, M. ve Burnaz, Ş. (2022), “Online Consumer Reviews: How Are They Credible?”, 26. Pazarlama Kongresi, 23-25 Haziran, Kırşehir, Bildiriler Kitabı, s. 28-40 (en iyi 3. bildiri ödülü).
- Erden Bayazıt, Z. ve Burnaz, Ş. (2020) “Üniversite-Sanayi İşbirliğinde Sınır Genişleticiler: Betimleyici bir Alan Araştırması”, ÜSİMP Ulusal Patent Fuarı ve Üniversite-Sanayi İşbirliği Ulusal Kongresi, 25-26 Kasım, Online
- Demiray, M. ve Burnaz, S. (2020), “Kitle Fonlamasına Katılımda Etkili Olan Sosyal Dinamikler”, İSEFAM Çalıştayları- no.13, Sakarya Üniversitesi, 12 Şubat, Sakarya

- Kabakcı, M., Bilgili, B. ve Burnaz, Ş. (2018), “Mobil Navigasyon ile Park Yeri Uygulaması: Tüketici için Gerçekten Faydalı, Kolay ve Risksiz mi?”, 23. Ulusal Pazarlama Kongresi, 27-29 Haziran, Kocaeli
- Kazazoğlu, G.Ş. ve Burnaz, Ş. (2018), “Ne Yaptığın Değil, Nasıl Algılandığın Önemli: Tüketici Gözünden Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ve Tüketicilerin Gönüllülük İsteği Üzerindeki Etkisi”, 23. Ulusal Pazarlama Kongresi, 27-29 Haziran, Kocaeli
- Ülker, C. ve Burnaz, Ş. (2017), “A Typology for P2P Access Based Exchanges in Marketplaces”, Global İşletme Araştırmaları Kongresi, 24-25 Mayıs, İstanbul
- Coşkun, M., Keleş, E.H ve Burnaz, Ş. (2016), “Türkiye ve Türk Ürünlerine Yönelik Ulusal Kalıp Yargı Etkisi”, 21. Ulusal Pazarlama Kongresi, 6-8 Ekim, Kütahya
- Demiray, M. ve Burnaz, Ş. (2012) “Marka Topluluklarında Fikir Liderliği: Yeni Ürün Satın Alma Niyetinin Oluşmasındaki Rolü”, 17. Ulusal Pazarlama Kongresi, 18-21 Ekim, Burhaniye, Balıkesir, Bildiriler Kitabı, s. 21-40 (ISBN: 978-975-6993-18-7)
- Nacar, R. ve Burnaz, Ş. (2009) “Web Sitelerinde Bilgi İçeriğinin Yerelleşmesi: Türkiye’deki Çokuluslu Firmalar”, 14. Ulusal Pazarlama Kongresi, 14-17 Ekim, Yozgat, Bildiriler Kitabı, s. 478-487.
- Aktan, C. ve Burnaz, Ş. (2008) “Ekolojik Tekstil Ürünlerinin Pazarlanmasına Yönelik Tüketici Tutumları ve Etkili Faktörler”, 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, 30 Ekim-1 Kasım, Adana, Bildiriler Kitabı, s. 441-456.
- Atakan, S. ve Burnaz Ş. (2007) “Algılanan Mağaza İmajı: Marks And Spencer ve Boyner Mağazalarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir İnceleme”, 12. Ulusal Pazarlama Kongresi, 18-20 Ekim, Sakarya, Bildiriler Kitabı, s. 183-200.
- Burnaz, Ş. , Topcu, Y.İ. ve Ekin, S. (2003) “Geleceğin Yöneticilerinin İş Ahlakına Bakışı Üzerine Bir Çalışma”, 1. Uluslararası İş ve Meslek Ahlakı Kongresi, 17-19 Eylül, Hacettepe Üniversitesi İşletmecilik Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi, Ankara, Bildiriler Kitabı, s.356-365.
- Uray, N. ve Burnaz, Ş. (2001) “Reklamda Bilgi İçeriği ve Yaratıcı Strateji: Türkiye-Almanya Karşılaştırması”, 6. Ulusal Pazarlama Kongresi, 28 Haziran-1 Temmuz, Erzurum, Bildiriler Kitabı, s.303-313. (En iyi bildiri ödülü)
- Uray, N. ve Burnaz, Ş. (2000) "Reklamlarda Kadın-Erkek Rollerindeki Değişiklik" 5. Ulusal Pazarlama Kongresi, 16-18 Kasım, Antalya, Bildiriler Kitabı, s. 425-445.

Özet

- Özçelik, A.B. ve Burnaz Ş. (2020), “Sadece Müşteri mi Deneyim Yaşar?”, Türkiye Araştırmacılar Derneği (TÜAD) Zirvesi, 10-11 Mart, İstanbul.
- Al-Burai, A., Burnaz, Ş. and Giriskan, Y. (2018), “Does Political Affiliation Affect the Way Voters Gaze at Printed Advertisements? An Eye-tracking Study”, Global İşletme Araştırmaları Kongresi, 24-25 Mayıs, İstanbul
- Sanisoğlu, M. and Burnaz, Ş. (2018), “How Does Relationship Marketing Relate to Performance?”, Global İşletme Araştırmaları Kongresi, 24-25 Mayıs, İstanbul
- Coşkun, M. and Burnaz, Ş. (2017), “Is the Behavior of Consumer Always Conscious?”, Global İşletme Araştırmaları Kongresi, 24-25 Mayıs, İstanbul

EĞİTİME KATKI

Vermiş/Vermekte Olduğu Dersler

Lisans

- “Marketing”, 3 Kredi, Lisans/Zorunlu, İTÜ İşletme Mühendisliği Bölümü.
- “Principles of Marketing”, 3 Kredi, Lisans/Zorunlu, İTÜ-SUNY İşletme Bölümü.
- “Textiles for Home Furnishing Markets“, 2 Kredi, İTÜ-FIT/Zorunlu, İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fakültesi.
- “E-Pazarlama”, 2 Kredi, Lisans/Seçimli, İTÜ İşletme Mühendisliği Bölümü.
- “Retail Management”, 3 Kredi, Lisans/Seçimli, İTÜ İşletme Mühendisliği Bölümü.

Yüksek Lisans-Doktora

- “Marketing Theory”, 3 Kredi, Doktora/Seçimli, İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- “Pazarlama ve Teknoloji Etkileşiminde İleri Konular”, 3 Kredi, Doktora/Seçimli, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü.
- “Marketing Management”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Zorunlu, İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- “Global Marketing”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Seçimli, İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- “Integrated Marketing Communications”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Seçimli, İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- “Pazarlama Araştırması”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Zorunlu, İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- “Örgütler Arası Pazarlama”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Seçimli, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü.

II. Öğretim

- “Marketing Management”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Zorunlu, İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ex.MBA Programı.
- “International Marketing”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Seçimli, İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ex.MBA Programı.
- “Marketing Communications”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Seçimli, İTÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ex.MBA Programı.
- “Marketing Management”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Seçimli, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Engineering Management Programı.
- “Teknoloji ve Pazarlama”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Zorunlu, İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ve Teknoloji Yönetimi Programı.

- “Moda ve Hazır Giyim Perakende Pazarlama”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Zorunlu, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Hazır Giyim ve Perakende Yöneticiliği Programı.
- “Communication in Fashion and Apparel Retailing”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Zorunlu, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Hazır Giyim ve Perakende Yöneticiliği Programı.
- “Tüketici Psikolojisi ve Davranışları”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Zorunlu, İstanbul Bilgi Üniversitesi Marka Okulu, Pazarlama İletişimi Programı
- “Küresel Pazarlama”, 3 Kredi, Yüksek Lisans/Seçmeli, Bahçeşehir Üniversitesi, Pazarlama Programı

Diğer (örnekler)

- “Veriden İçgörüyeye”, Türkiye Tasarım Vakfı, 4-5.03.2023, İstanbul.
- “Veriden İçgörüyeye”, Türkiye Tasarım Vakfı, 28.11.2021, İstanbul.
- “Customer-Driven Marketing”, İTÜ Magnet Akademi, 26.10.2021, İstanbul
- “Markalaşma ve Marka Konumlandırma”, Antalya Ticaret Odası, 16.08.2017, Antalya.
- “Moda Pazarlama Yönetimi”, LC Waikiki, Aralık 2016-Ocak 2017, İstanbul.
- “Tüketici Davranışı, Kavramlar ve Eğilimler”, LC Waikiki, Nisan 2016, İstanbul.
- “Pazara Giriş ve İlgili Stratejiler”, TÜSSİDE, 13.05.2013, Gebze.
- “Pazarlama: Karar Alanları ve Planlama Semineri”, TÜBİTAK-MAM, 21.10-2.11.2003, İstanbul
- “Banka Hizmetlerinin Pazarlanması”, T.C. Ziraat Bankası-Bankacılık Okulu”, Şubat 1996/ Nisan 1997, Ankara.

Devam Eden Doktora Tezleri

- Sanisoğlu, Meltem “*Optimizing Marketing Campaigns in B2B Mobile Telecommunications Using Uplift Modeling*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- Ayar, Bahadır “*Psychological Well-Being in the Age of Resource Scarcity: An Analysis of Time and Money Donating Behaviors*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Tamamlanmış Doktora Tezleri

- Çeşmeci, Caner “*The Impact of Aggregate Ratings and Individual Reviews on Consumer Decision-Making: A Construal Level Theory Perspective*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Haziran 2023
- Demirel, Sibel “*The Impact of Framing on Donation Behavior*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Şubat 2021
- Kazazoğlu, Gözde Nur Şahin “*The Antecedents of Perceived Authenticity in Corporate Social Responsibility and its Impact on Consumer Willingness to Support*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekim 2020

- Demiray, Melek “*Crowdfunding Community Engagement: Drivers and Outcomes*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eylül 2019 – *En İyi Tez Ödülü*–
- Özçelik, Bengi A. “*Analyzing Customer Engagement through Customer Experience in Healthcare Industry*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2019
- Coşkun, Merve “*Human Crowding and Store Messiness Impact: Competitive Behavioral Intentions in a Fast-Fashion Retail Store*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Haziran 2019
- Al-Burai, Ahmed (Alioğlu, Ahmet) “*An Analysis of Voters’ Perception of Visual Advertisements with Respect to Neuromarketing Approach: Eye-Tracking Study*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2018

Tamamlanmış Yüksek Lisans Tezleri

- Özdemir, Ezgi “*Effects of Internal and External Factors on Green (Environmental) Consumer Behavior*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, LEE, Mayıs 2023
- Albayrak, Gizem “*The Influence of Gamification on Repurchase Intention of Consumers: Example of Yemeksepeti*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, LEE, Haziran 2022
- Çelik, Gizem “*The Factors Affecting Customer Engagement through Social Media: A Research Study On Online Grocery Shopping Market*” İstanbul Teknik Üniversitesi, LEE, Haziran 2021
- Haritaoğlu, Gizem “*Sensory Cues in Retail Industry and Revisit Intention: A Field Study on Third Generation Coffee Shops*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü (LEE), Mayıs 2021
- Oktay, Yusuf “*The Factors Affecting Consumer Intention to Use Subscription-based Online Services*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, SBE, Temmuz 2020
- Durkaya, Betül “*Examining the Helpfulness of Online Customer Reviews Based on Review Related Factors: The Moderating Effect of Product Type*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2020
- Kirişcioğlu, Nergis “*Pazar Bölümlendirmede RFM Analizine Dayalı Bir Modelleme Çalışması*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Mayıs 2020
- Cevizci, Öykü “*The Impact of Hedonic and Utilitarian Shopping Values on Sustainable Fashion Consumption, The Moderating Role of Voluntary Simplicity Lifestyle*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Eylül 2019
- Demir, Sebla “*Y Kuşağının Akıllı Cep Telefonu Markası Seçiminde Müşteri Bağlılık Davranışlarının İncelenmesi*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Eylül 2018
- Kabakcı, Musa “*Tüketicilerin Yeni Teknolojilere Yönelik Tutumlarının Teknoloji Kabul Modeli ve Risk Algısı Açısından İncelenmesi: Akıllı Şehir Yapılanmasında bir Mobil Navigasyon Örneği*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2018
- Şenel, Meltem “*Customer Switching Behavior Analysis In Telecommunications Via Mobile Number Portability*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2017

- Yeşilyurt, Canan “*Hızlı Tüketim Ürünleri Sektöründe Analitik Ağ Süreci İle Reklam Mecrası Seçimi*”, (Y.İlker Topcu ile eş danışman), İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2016
- Övüç, Sema “*Sürdürülebilir Ambalajlamanın Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Aralık 2014
- Demiray, Melek “*The Role Of Online Brand Communities On Word Of Mouth Communication And Purchase Intention of a New Product*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2013
- Coşkun, Merve “*Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerinde Menşe Ülke Bilgisinin Rolü: Deri Ayakkabı Sektöründe Bir Uygulama*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2013
- Yılmaz, Funda “*Evaluating Product Portfolio Performance for A Manufacturing Company in The Automotive Industry*”, (Y.İlker Topcu ile eş danışman), İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2010
- Gökdağlı, Gül “*Kurumsal İtibar Yönetimi Aracı Olarak Firmaların Web Sitelerinin Değerlendirilmesi*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2010
- Toksoy, H.İbrahim “*An Emerging Concept: Digital Strategies and I-Marketing*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2010
- Bilgin, Pınar “*An Analysis of Consumer Evaluations of Brand Extensions: The Case of B2B Brands Extended Into B2C Markets*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Mayıs 2009
- Uysal, Kanat “*Lojistik Hizmet Sağlayıcı Firma ile Kurulan İşbirliği İlişkisinin Analizi ve Firmanın Pazarlama Performansına Etkisi*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Mayıs 2009
- Atak, Şehnaz “*Global Market Segmentation for a New Product Category based on Consumer Values and Adoption*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Mayıs 2009
- Ezer, Gülcan “*Teknolojik Gelişme ile Artan Ürün Özellikleri ve Tüketici Satın Alma Davranışına Etkileri*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2008.
- Eren, Gözde “*Advertising Value in Mobile Marketing Activities and Consumer Attitudes towards Mobile Advertising*” İstanbul Teknik Üniversitesi, Ocak 2008.
- Soyaş, Serkan “*Kimya Sektöründe Dağıtıcı Firmaların Geleceği: Stratejik Pazarlama Kapsamında Analiz ve Öneriler*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Ocak 2007.
- Türkkan, Cem “*Örgütsel Hizmet Pazarlarında Müşteri Odaklı Pazarlama Yaklaşımı*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Kasım 2006.
- Ünlü, Bahadır “*Yeni Ürün Geliştirme Süreci ve Türkiye Toz Tatlı Pazarında Bir Uygulama*”, (Doç.Dr. Raziye Selim ile eş danışman), İstanbul Teknik Üniversitesi, Ekim 2006.
- Öztürk, Taner “*Türk Tekstil Firmalarının Yurt Dışı Pazarlarına Yönelik Markalaşma Süreci ve İlgili Pazarlama Faaliyetleri*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2006.
- Arda, R.Burak “*Endüstriyel Pazarlarda Faaliyet Gösteren KOBİler Açısından Müşteri İlişkilerinin Geliştirilmesi ve Yönetimi*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2006.
- Tapçı, Pelin “*Marka Değerinin Endüstriyel Pazarlarda Satın Alma Davranışına Etkisi*”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2006.

- Kırca, M.Yalçın “Üçüncü Parti Lojistik (3PL) Firmalarının Arz Zinciri İçindeki Yeri ve Pazarlama Yönetimine Katkısı”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Nisan 2005.
- Usbaş, Anıl “Türk Hazır Giyim Sektöründe İhracat Pazarlaması Performansının Analizi”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Ocak 2005.
- Koç, Nihan “A CRM Approach to Buyer Seller Relationships in Industrial Markets”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Mayıs 2004.
- Özkan, Ebru “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firmaların Pazarlama Başarısındaki Yeri – Türkiye Uygulamaları”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Haziran 2004.
- Göksu, Çiğdem “Müşteri Bakış Açısından Marka Yayma Başarısının Yapay Sinir Ağı Modeli”, (Yrd.Doç. Dr. Erhan Bozdağ ile eş danışman), İstanbul Teknik Üniversitesi, Mayıs 2003.

BİLİMSEL KONFERANSLARA KATKI

- 23. Ulusal Pazarlama Kongresi Alan Koordinatörü, 27-29 Haziran 2018, Kocaeli
- 4. Global İşletme Araştırmaları Kongresi (GİAK) Düzenleme ve Bilim Kurulu Üyesi, 24-25 Mayıs 2018, İstanbul
- II. International Conference on New Trends in Communication Bilim Kurulu Üyesi, 3-4 Mayıs 2018
- II. İç Mimarlık Lisansüstü Çalışmalar Sempozyumu (İÇLİS), Danışma Kurulu Üyesi, 26-27 Ekim 2017, İstanbul
- 22. Ulusal Pazarlama Kongresi Alan Koordinatörü, 28-30 Eylül 2017, Trabzon
- 3. Global İşletme Araştırmaları Kongresi (GİAK) Düzenleme ve Bilim Kurulu Üyesi, 25-26 Mayıs 2017, İstanbul
- 16. Ulusal İşletmecilik Kongresi Bilim Kurulu Üyesi, 4-6 Mayıs 2017, Kuşadası
- 21. Ulusal Pazarlama Kongresi Alan Koordinatörü, 6-8 Ekim 2016, Kütahya
- I. İç Mimarlık Lisansüstü Çalışmalar Sempozyumu (İÇLİS), Danışma Kurulu Üyesi, 16-17 Haziran 2016, İstanbul
- 2. Global İşletme Araştırmaları Kongresi (GİAK) Bilim Kurulu Üyesi, 26-27 Mayıs 2016, İstanbul
- II. Yükseköğretim Stratejileri ve Kurumsal İşbirliği Sempozyumu, Bilim Kurulu Üyesi, 22-24 Ekim 2015, Mersin.
- Girişimcilik Yaz Kampı, Dokuz Eylül Üniversitesi, Tübitak 1601 Projesi Tanıtımı, 18-20 Eylül 2015, İzmir.
- European Real Estate Society (ERES), 22.Yıllık Kongresi, Bilim Komitesi Üyesi, 24-27 Haziran 2015, İstanbul.
- 1. Global İşletme Araştırmaları Kongresi (GİAK) Bilim Kurulu Üyesi, 4-5 Haziran 2015, İstanbul
- Ulusal İç Mimarlık Lisansüstü Eğitim Kongresi (İÇLEK), Danışma Kurulu Üyesi, 26-27 Şubat 2015, İstanbul.
- 19. Ulusal Pazarlama Kongresi Alan Koordinatörü, 18-22 Haziran 2014, Gaziantep
- 18. Ulusal Pazarlama Kongresi Alan Koordinatörü, 19-22 Haziran 2013, Kars

- 42. European Academy of Marketing Kongresi (EMAC) Düzenleme Komitesi Üyesi, 4-7 Haziran 2013, İstanbul
- 17. Ulusal Pazarlama Kongresi Akademik Kurul Üyesi, 18-21 Ekim 2012, Burhaniye
- III. Ulusal Yönetim Kongresi Düzenleme Komitesi Üyesi, 29-31 Mayıs 1995, İstanbul

Diğer

- Türkiye'nin En Etkin 50 Pazarlama Yöneticisi (CMO) Araştırması Danışma Kurulu Üyesi, 2022
- Türkiye'nin En Etkin 50 Pazarlama Yöneticisi (CMO) Araştırması Danışma Kurulu Üyesi, Fortune Türkiye - DataExpert, 2020
- Baykuş Ödülleri Jüri Üyesi, Türkiye Araştırmacılar Derneği, 17-18 Eylül 2020, İstanbul
- Türkiye'nin En Etkin 50 Pazarlama Yöneticisi (CMO) Araştırması Danışma Kurulu Üyesi, Fortune Türkiye - DataExpert, 2019
- Türkiye'nin En Etkin 50 Pazarlama Yöneticisi Araştırması (CMO) Danışma Kurulu Üyesi, Fortune Türkiye - DataExpert, 2018
- Ford Otosan Reklam ve Medya Uzmanlığı Pozisyonu İnsan Kaynakları Komitesi Üyesi, 15 Eylül 2017
- Baykuş Ödülleri Jüri Üyesi, Türkiye Araştırmacılar Derneği, 9-10 Ağustos 2016, İstanbul
- EFFIE Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması Jüri Üyesi, Reklamcılar Derneği ve Reklamverenler Derneği, 29-30 Nisan / 5-7 Mayıs 2014, İstanbul.

BİLİMSEL DERGİLERDE HAKEMLİK

- Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İİBF Ekonomik ve Sosyal Araşt.Dergisi
- Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
- Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi
- Aürum Altınbaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
- Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
- Boğaziçi Journal
- Business and Economics Research Journal
- Ege Akademik Bakış Dergisi
- Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi
- Journal of Entrepreneurship and Innovation Management
- İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi
- International Journal of Innovation and Technology Management
- International Journal of Public Finance
- Maliye Finans Yazıları Dergisi
- Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi
- METU Studies in Development (ODTÜ Gelişme Dergisi)
- Öneri Dergisi
- Pazarlama Teorileri ve Uygulamaları Dergisi
- Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi
- Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
- Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları e-Dergisi
- Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi

- Corporate Communications: An International Journal (Scopus)
 - International Journal of Applied Management Sciences (Scopus)
 - International Marketing Review (SSCI)
 - Journal of Business Ethics (SSCI)
 - Journal of Business Research (SSCI)
 - Sex Roles: A Journal of Research (SSCI)
-

ÜYELİKLER

- Academy of Marketing Science (AMS)
 - Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği (PPAD)
 - Türkiye Araştırmacılar Derneği (TÜAD)
 - Coordination d'Etudes du Développement International et des Mouvements Economiques et Sociaux (CEDIMES)
 - Multiple Criteria Decision Making (MCDM) Society
 - European Working Group on Ethics and OR (PROMETHEUS)
 - Boğaziçi Üniversitesi Mezunlar Derneği
 - İTÜ Mezunlar Derneği
 - İTÜ İşletme Mühendisliği Mezunlar Derneği
 - Notre Dame de Sion Mezunlar Derneği
-

ÖDÜLLER

- 2021 Yılı Yayın Performans Ödülü
- 2016-2020 Bölüm Bazlı Akademik Performans Ödülü
- 2019 Yılı En İyi Doktora Tez Ödülü