

Doç.Dr. DURSUN YENER

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 216 280 3484](tel:+902162803484)

E-posta: dursun.yener@medeniyet.edu.tr

Web: <http://aves.medeniyet.edu.tr/dursun.yener/>

Eğitim Bilgileri

Lisans, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Türkiye 2016 - 2019

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Türkiye 2007 - 2011

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Türkiye 2004 - 2007

Lisans Yandal, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat, Türkiye 2000 - 2004

Lisans, University of Portsmouth, Business Administration, Business Administration, Birleşik Krallık 2000 - 2004

Lisans, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye 1999 - 2004

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

Doktora, Tüketicilerin helal sertifikalı ürünlere karşı tutumlarını etkileyen faktörler ve risk algısı, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 2011

Yüksek Lisans, Marka çağrışım unsurlarının marka kişiliği üzerine etkisi: Süttaş markası üzerine bir uygulama , Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 2007

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç.Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme , 2017 - Devam Ediyor

Yrd.Doç.Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme , 2015 - 2017

Akademik İdari Deneyim

Fakülte Kurulu Üyesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme , 2019 - Devam Ediyor

İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 2015 - Devam Ediyor

İstanbul Medeniyet Üniversitesi, İşletme Bölümü, 2015 - 2017

Verdiği Dersler

Pazarlama Teorisi, Doktora, 2019 - 2020
Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2019 - 2020
Marka Yönetimi, Lisans, 2019 - 2020
Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2019 - 2020
Stratejik Pazarlama, Yüksek Lisans, 2019 - 2020
Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2019 - 2020
Hizmet Pazarlaması, Lisans, 2019 - 2020
Tüketici Davranışları, Lisans, 2019 - 2020
Ekonomi ve Finans için Sayısal Yöntemler , Yüksek Lisans, 2016 - 2017
Pazarlamamın Temelleri, Lisans, 2017 - 2018
Ekonomi ve Finans için Sayısal Yöntemler, Yüksek Lisans, 2017 - 2018
Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2017 - 2018
Statistics I, Lisans, 2017 - 2018
Araştırma Yöntemleri , Yüksek Lisans, 2016 - 2017
Stratejik Pazarlama, Yüksek Lisans, 2016 - 2017
Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2017 - 2018
Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2017 - 2018
Pazarlamada Güncel Konular, Yüksek Lisans, 2016 - 2017
Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2016 - 2017
Pazarlamada Güncel Konular, Yüksek Lisans, 2016 - 2017
Stratejik Pazarlama, Yüksek Lisans, 2015 - 2016, 2016 - 2017
Introduction to Management, Lisans, 2015 - 2016
Tedarik Zinciri Yönetimi, Yüksek Lisans, 2016 - 2017
Yönetime Giriş, Lisans, 2015 - 2016
Sosyal Bilimlerde Metodoloji, Lisans, 2016 - 2017
Uluslararası Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2015 - 2016
Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2014 - 2015
E-Commerce , Yüksek Lisans, 2014 - 2015
Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2015 - 2016
Marka Yönetimi, Yüksek Lisans, 2014 - 2015
Satış Yönetimi, Yüksek Lisans, 2015 - 2016
Pazarlama Araştırması, Yüksek Lisans, 2014 - 2015
Uluslararası Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2013 - 2014
E-Commerce, Lisans, 2014 - 2015
Satış Yönetimi, Yüksek Lisans, 2014 - 2015
Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2014 - 2015

Yönetilen Tezler

Yener D., Tüketici davranışlarında algılanan risk ve sosyal medya fenomenlerinin algılanan risklerin azaltılmasındaki rolü, Yüksek Lisans, G.Karimov(Öğrenci), 2020
Yener D., Üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının internet üzerinden satın alma niyetleri üzerindeki etkisinin incelenmesi, Yüksek Lisans, K.Topuz(Öğrenci), 2020

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. The Value and Scope of GIS in Marketing and Tourism Management

TAŞÇIOĞLU M., YENER D.

ENVIRONMENTAL INFORMATION SYSTEMS: CONCEPTS, METHODOLOGIES, TOOLS, AND APPLICATIONS, ss.706-723, 2019 (SCI İndekslerine Giren Dergi)

II. Geographic Information Systems and Its Applications in Marketing Literature

YENER D.

HANDBOOK OF RESEARCH ON GEOGRAPHIC INFORMATION SYSTEMS APPLICATIONS AND ADVANCEMENTS, ss.158-172, 2017 (SCI İndekslerine Giren Dergi)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Tüketici düşmanlığı ve tüketici bojkotlarına katılma niyeti ilişkisi: Tüketici etnosentrizminin aracı etkisi**
Yener D.
Business & Management Studies: An International Journal, cilt.10, sa.1, ss.310-324, 2022 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- II. **Understanding Consumers' Perceived Risk during the COVID-19 Threat: A Scenario-Based Experiment**
TAŞÇIOĞLU M., YENER D.
INTERNATIONAL JOURNAL OF HOSPITALITY & TOURISM ADMINISTRATION, 2021 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- III. **Power Balance in Organizational Relations: Resource Dependence vs Transaction Cost**
Poyraz M. Z. , Yener D.
International Journal of Social Humanities Sciences Research, cilt.8, sa.77, ss.2936-2945, 2021 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IV. **Does the Use of Foreign Languages in Different Types of Products Lead to Different Consumer Perception?**
YENER D., TAŞÇIOĞLU M.
JOURNAL OF INTERNATIONAL CONSUMER MARKETING, cilt.33, sa.4, ss.386-398, 2021 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- V. **Wanna Be a Friend on Social Media? Effect of Communication Style on Consumers**
GÜNGÖR A. S. , YENER D., TAŞÇIOĞLU M.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ONLINE MARKETING, cilt.11, sa.3, ss.64-79, 2021 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- VI. **Tüketicilerin Borca Karşı Tutumları ve Tutumluluk Eğilimleri Üzerinde Kişilik Özelliklerinin Etkisi**
Yener D.
Turkish Studies - Social Sciences, cilt.15, sa.8, ss.3765-3780, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VII. **Tüketici Özgüveni ve Harcama Özdenetimi İlişkisinde Hiperopinin Rolü**
Yener D.
Business Management Studies: An International Journal, cilt.8, sa.5, ss.3911-3935, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VIII. **Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: KYK Örneği**
Altunsoy M., Yener D.
Journal of Social and Humanities Sciences Research , cilt.7, sa.58, ss.2402-2413, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IX. **Algılanan Risk ve Yenilikçiliğin Tüketici Direnci Üzerindeki Etkisi Ebeveynlerin Organik Gıdalara Karşı Tutumları**
Yener D., Taşçıoğlu M.
Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, cilt.16, sa.2, ss.429-441, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- X. **Müşteri Sadakati Oluşturmada Arkadaşlığın Rolü Yurt İçi Satış Sektöründe Bir İnceleme**
Akkuş M., Yener D.
Journal of Social and Humanities Research , cilt.7, sa.52, ss.758-768, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XI. **Sosyal Medya Fenomenlerinin Tüketicilerin Algıladıkları Risklerin Azaltılmasındaki Rolü**

- Karimov G., Yener D.
The Journal of Academic Social Science, cilt.8, sa.103, ss.321-335, 2020 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XII. **Materialism Domains and Perceived Risk Effects on Consumer Boycott Effectiveness**
Taşcıoğlu M., Yener D.
OPUS – International Journal of Society Researches, cilt.10, sa.17, ss.355-369, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIII. **Hedonizm, Hedonik Tüketim Ve Tüketimde Materyalist Eğilimler Üzerine Bir Araştırma**
Özsaçmacı B., Yener D., Dursun T.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, cilt.54, sa.1, ss.71-88, 2019 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XIV. **Religious Tourism and Turkey**
Yener D., Onurlubaş E.
Social Sciences Studies Journal, cilt.5, sa.30, ss.818-824, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XV. **Şehir Markası Kavramı ve Türkiye'de Son On Yılda Şehir Markası Kavramı Üzerine Bir Literatür Taraması**
Yener D., Onurlubaş E.
Journal of Academic Value Studies, cilt.5, sa.1, ss.124-130, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVI. **City Brand Concept and Brand City Perception of Edirne Residents**
Onurlubaş E., Yener D.
Social Sciences Studies Journal, cilt.5, sa.29, ss.1-7, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVII. **Online Eğitim Alan Öğrencilerin Eğitim Sistemleri ile İlgili Kalite Algısının Tespiti**
YENER D., TAŞÇIOĞLU M.
Ulakbilge - Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.6, sa.29, ss.1423-1444, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVIII. **Pazarlama Tarihine Dönemsel Bir Bakış**
TAŞÇIOĞLU M., YENER D.
The Journal of Academic Social Science, sa.77, ss.231-238, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIX. **Dijitalleşen Pazarlama ve Sosyal Medya**
YENER D.
Bilimevi İktisat Dergisi, sa.3, ss.40-50, 2018 (Hakemsiz Dergi)
- XX. **Gender Role On Service Quality Perception About Online Education**
Yener D., Taşcıoğlu M.
The Online Journal of Quality in Higher Education , cilt.5, sa.3, ss.26-33, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXI. **Davranışsal İktisat ve Tüketici Davranışları**
YENER D.
Bilimevi İktisat Dergisi, sa.1, ss.20-30, 2018 (Hakemsiz Dergi)
- XXII. **Tüketicilerin Boykotlara Karşı Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma Menşei Ülke ve Sürdürülebilirliğin Etkileri**
TAŞÇIOĞLU M., YENER D.
The Journal of Academic Social Science, sa.61, ss.54-67, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXIII. **Determinants That Affect Consumers' Boycotts Participation**
YENER D., DURSUN T., KADER O.
The Journal of Academic Social Science, sa.33, ss.61-75, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXIV. **Factors That Affect the Attitudes of Consumers Toward Halal-Certified Products in Turkey**
Yener D.
Journal of Food Products Marketing, cilt.21, sa.2, ss.160-178, 2015 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- XXV. **Turkish Users' Attitudes Towards Facebook Advertisements**
KADER O., DURSUN T., YENER D.
Journal of Global Strategic Management, cilt.8, ss.17-25, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXVI. **Hedonism, Materialism and Consumer Boycotts Participation**
YENER D., KADER O., DURSUN T.
IIB INTERNATIONAL REFEREED ACADEMIC SOCIAL SCIENCES JOURNAL, cilt.5, ss.99-111, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- XXVII. **Marketplace Alienation of Consumers in Turkey**
YENER D.
IIB INTERNATIONAL REFEREED ACADEMIC SOCIAL SCIENCES JOURNAL, cilt.5, ss.36-46, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXVIII. **Tüketici Etnosentrizmini Etkileyen Bir Faktör Olarak Dindarlık**
YENER D.
International Journal of Economics and Administrative Studies, ss.65-84, 2014 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXIX. **The Effects of Burnout on Organizational Commitment in Logistics Sector**
YENER D., KADER O., DURSUN T.
Journal of Business Research-Türk, cilt.6, ss.15-25, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXX. **Online Alışverişte Tüketicilerin Tercihlerini Etkileyen Unsurların Belirlenmesi**
KADER O., DURSUN T., YENER D.
Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.36, sa.1, ss.119-135, 2014 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXXI. **İçgüdüsel Satınalma Ölçeklerinin Türk Tüketiciler İçin Uyarlanmasına Yönelik Hazır Giyim Sektöründe Bir Uygulama**
DURSUN T., YENER D.
Electronic Journal of Vocational Colleges, cilt.3, ss.89-103, 2014 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXXII. **The Effect of Religiosity on Product Involvement in a Muslim Society**
YENER D.
Journal of Business Research-Türk, cilt.6, ss.58-69, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXXIII. **Marka Çağrışım Unsurlarının Marka Kişiliği Üzerine Etkisi**
YENER D.
Electronic Journal of Vocational Colleges, cilt.3, ss.89-103, 2013 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXXIV. **Students' Perceived Service Quality of Distance Learning Courses in a Dual-Mode Education System**
YENER D.
CONTEMPORARY EDUCATIONAL TECHNOLOGY, cilt.4, sa.1, ss.50-65, 2013 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXXV. **Tüketicilerin Algıladıkları Risklerin Azaltılmasında Pazar Ekspertlerinin Rolü**
YENER D.
Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.3, sa.5, ss.219-234, 2012 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- XXXVI. **Türkiye'deki Pazar Ekspertlerinin Profil Özellikleri ve Alışverişe Yönelik Tutumları**
YENER D.
Electronic Journal of Vocational Colleges, cilt.2, ss.118-130, 2012 (Hakemli Üniversite Dergisi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Aktivist Tüketici Davranışları**
Yener D.
İksad Yayınevi, Ankara, 2022
- II. **Management of Virtual Teams: Authentic Leadership**
Poyraz M. Z., Yener D.
Contemporary Approaches To Business and Economics, Mehmet Baykal, Aziz Dayanır, Editör, Filiz Kitabevi, İstanbul, ss.47-62, 2022
- III. **Social Media Analytics in Consumer Behavior**
Yener D.
Multidisciplinary Perspectives in Educational and Social Sciences, Mustafa KAHYAOĞLU, Safa ACAR, Editör, İksad Publishing House, Ankara, ss.155-203, 2021
- IV. **Tüketici Kimliği I: Cinsiyet Roller ve Alt Kültürler**
Yener D.
Tüketici Davranışları - Satın Alma, Sahip Olma ve Varoluş, Nurettin Parıltı, Elif Akagün Ergin, Editör, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul, ss.454-500, 2020

- V. **Innovation Resistance: A Rising Tide of Consumerism**
Yener D., Taşcıoğlu M.
Handbook of Research on Contemporary Consumerism, H. R. Kaufmann, M. F. A. K. Panni, Editör, IGI Global, Pennsylvania, ss.155-175, 2019
- VI. **Bitkisel Yağ Tüketiminde Marka Değerinin Marka Bağımlılığı Üzerine Etkisi**
Onurlubaş E., YENER D.
İktisadi ve İdari Bilimler Cilt 2, Yalçın A, Editör, Akademisyen Yayınevi, Ankara, ss.1-16, 2018
- VII. **Helal Gıda ve Helal Turizmin Kavramsal Açından İncelenmesi**
YENER D., Onurlubaş E.
İktisadi ve İdari Bilimler Cilt 3, Yalçın A., Editör, Akademisyen Yayınevi, Ankara, ss.195-208, 2018
- VIII. **The Value and Scope of GIS in Marketing and Tourism Management**
TAŞÇIOĞLU M., YENER D.
GIS Applications in the Tourism and Hospitality Industry, Chaudhuri S. and Ray N., Editör, Igi Global Publications, Pennsylvania, ss.189-211, 2018
- IX. **Social Impact in Consumer Behaviour-Consumer Boycotts as a Consumerism Activity**
YENER D.
Socio-Economic Perspectives on Consumer Engagement and Buying Behavior, H.R, Panni M.F.A.K, Editör, Igi Global Publications, , ss.22-35, 2017
- X. **Geographic Information Systems and Its Applications in Marketing Literature**
YENER D.
Handbook of Research on Geographic Information Systems Applications and Advancements, Faiz S, Mahmoudi K , Editör, Igi Global Publications, , ss.158-172, 2016
- XI. **Halal Food Market and Opportunities for Logistics Sector**
YENER D.
Emerging Research on Islamic Marketing and Tourism in the Global Economy, El-Gohary H., Eid R., Editör, Igi Global Publications, Pennsylvania, ss.116-134, 2014
- XII. **Consumer Boycotts as a Consequence of Consumerism**
YENER D.
Consumerism in Business and Marketing: Concepts and Practices, Kaufmann H.R., Panni M.F.A, Editör, Igi Global Publications, Pennsylvania, ss.458-471, 2014
- XIII. **Tüketicilerin Helal Sertifikalı Ürünlere Karşı Tutumlarını Etkileyen Faktörler ve Risk Algısı**
YENER D.
Blmyo Yayınları, İstanbul, 2013
- XIV. **Lojistikte Güncel Konular, Kavramlar ve Uygulamalar**
YENER D.
Helal Gıda ve Lojistik, Meral P.S., Editör, Blmyo Yayınları, İstanbul, ss.202-219, 2013

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Religious Tourism and Turkey**
YENER D., Onurlubaş E.
IX. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Edirne, Türkiye, 29 Eylül 2018, ss.256-261
- II. **Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Logit Analizi ile Belirlenmesi: Aydın Merkez İlçe Örneği**
Onurlubaş E., YENER D.
IX. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Edirne, Türkiye, 29 Eylül 2018, ss.268-290
- III. **Şehir Markası Kavramı ve Türkiye'de Son On Yılda Şehir Markası Kavramı Üzerine Bir Literatür Taraması**

Yener D., Onurlubaş E.

Uluslararası Marka ve Marka Kent Kongresi, Gümüşhane, Türkiye, 27 - 29 Eylül 2018, ss.131-136

- IV. **City Brand Concept and Brand City Perception of Edirne Residents**
Onurlubaş E., YENER D.
Uluslararası Marka ve Marka Kent Kongresi, Gümüşhane, Türkiye, 27 Nisan 2018, ss.11-20
- V. **Gender Role on Service Quality Perception About Online Education**
YENER D., TAŞÇIOĞLU M.
INTERNATIONAL CONFERENCE ON QUALITY IN HIGHER EDUCATION, Sakarya, Türkiye, 07 Aralık 2017, ss.80
- VI. **Companies' Sustainability Practices and Consumer Boycotts: A Conceptual Model**
YENER D., TAŞÇIOĞLU M.
International Scientific Conference on IT, Tourism, Economics, Management and Agriculture, Budapeşte, Macaristan, 26 Ekim 2017, ss.943-945
- VII. **Öğrencileri Korsan Ders kitabı Satın Almaya Yönelten Sosyal Faktörlere Yönelik Bir Araştırma Modeli**
TAŞÇIOĞLU M., YENER D.
ASEAD II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Antalya, Türkiye, 21 Ekim 2017, ss.155
- VIII. **Turkish Users' Attitudes Towards Facebook Advertisements**
Oskaybaş K., Dursun T., Yener D.
4th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management, İstanbul, Türkiye, 20 - 22 Kasım 2014, ss.547-556
- IX. **ERASMUS Mobility Activities and Their Contribution to Brand Image and Service Quality of a Higher Education Institution**
GÜNDÜZ A., YENER D.
ERASMUS Coordinators Conference and GO-Exchange Education Fair 2012, Cluj-Napoca, Romanya, 18 Nisan 2012, ss.132-138

Desteklenen Projeler

Yener D., TÜBİTAK Projesi, Helal Ürünlerde Sertifikanın ve Ürün Özelliklerinin Etkisini İnceleyen Senaryo Bazlı Bir Deney, 2021 - 2021

YENER D., TAŞÇIOĞLU M., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Online Eğitim Alan Öğrencilerin Eğitim Sistemleri İle İlgili Kalite Algısının Tespiti, 2017 - 2018

Atıflar

Toplam Atıf Sayısı (WOS):3

h-indeksi (WOS):1