

Prof.Dr. Huriye Şebnem Burnaz

Fax Telefonu: [+90 212 240 7260](tel:+902122407260)

E-posta: burnaz@itu.edu.tr

Web: <https://akademi.itu.edu.tr/burnaz/>

Posta Adresi: İstanbul Teknik Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü, Maçka 34367 Beşiktaş-İstanbul

Eğitim Bilgileri

- I. Doktora, Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 1992 - 1999
- II. Yüksek Lisans, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İşletme Mühendisliği Anabilim Dalı, Türkiye 1990 - 1992
- III. Lisans, İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü, Türkiye 1986 - 1990

Yabancı Diller

- I. İngilizce, C1 İleri
- II. Fransızca, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

- I. Doktora, Institutional Changes in Turkish Food Retail Sector with Regard to the Development of Large-Scale Retailing, Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 1998
- II. Yüksek Lisans, Stratejik planlama ve Türk otomobil sanayiinde bir inceleme, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İşletme Mühendisliği Anabilim Dalı, 1992

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

- I. Prof.Dr., İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme, İşletme Mühendisliği, 2011 - Devam Ediyor
- II. Doç.Dr., İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme, İşletme Mühendisliği, 2005 - 2011
- III. Yrd.Doç.Dr., İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme, İşletme Mühendisliği, 2002 - 2005
- IV. Öğretim Görevlisi Dr., İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme, İşletme Mühendisliği, 1999 - 2002

Akademik İdari Deneyim

- I. Üniversite Yönetim Kurulu Üyesi, İTÜ KKTC, 2018 - Devam Ediyor
- II. İstanbul Teknik Üniversitesi, Girişimci Ve Yenilikçi Üniversite Endeksi Çalışma Komisyonu , 2016 - Devam Ediyor
- III. İstanbul Teknik Üniversitesi, İtü Vakfı Dergisi Yayın Kurulu, 2016 - Devam Ediyor
- IV. İstanbul Teknik Üniversitesi, Ginova (Girişimcilik Ve İnovasyon) Merkezi, 2014 - Devam Ediyor

- V. Rektörlüğe Bağlı Komisyon Üyesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, 2017 - 2019
- VI. Senato Üyesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, 2012 - 2018
- VII. Enstitü Müdürü, İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012 - 2018
- VIII. Rektörlüğe Bağlı Komisyon Üyesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, 2012 - 2018
- IX. İstanbul Teknik Üniversitesi, Bilim Mühendislik Ve Teknolojide Kadın Araştırmaları Ve Uygulamaları Merkezi , 2013 - 2017
- X. İstanbul Teknik Üniversitesi, Kamu Konutları Esaslarını Güncelleme Komisyonu , 2016 - 2016
- XI. İstanbul Teknik Üniversitesi, Kurumsal Kimlik Ve Logolu Ürünler Komisyonu , 2014 - 2016
- XII. İstanbul Teknik Üniversitesi, Kantin, Kafeteryalar Ve Yemek Yeme Yerleri Denetleme Komisyonu , 2014 - 2016
- XIII. İstanbul Teknik Üniversitesi, Rektörlük, 2012 - 2016
- XIV. İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010 - 2012
- XV. İstanbul Teknik Üniversitesi, Kantin, Kafeteryalar Ve Yemek Yeme Yerleri Denetleme Komisyonu , 2010 - 2012

Verdiği Dersler

- I. Marketing Theory, Doktora, 2017 - 2018
- II. Global Marketing, Yüksek Lisans, 2017 - 2018
- III. Marketing, Lisans, 2017 - 2018
- IV. Principles of Marketing, Lisans, 2017 - 2018

Yönetilen Tezler

- I. Burnaz H. Ş. , The Antecedents of Perceived Authenticity in Corporate Social Responsibility and its Impact on Consumer Willingness to Support, Doktora, G.Nur(Öğrenci), 2020
- II. Burnaz H. Ş. , Examining the helpfulness of online customer reviews based on review related factors: The moderating effect of product type, Yüksek Lisans, B.Durkaya(Öğrenci), 2020
- III. Burnaz H. Ş. , Pazar bölümlendirmede GSP analizine dayalı bir modelleme çalışması, Yüksek Lisans, N.Kirişcioğlu(Öğrenci), 2020
- IV. Burnaz H. Ş. , The Framing Impact on Donation Behaviour, Doktora, S.Demirel(Öğrenci), 2020
- V. Burnaz H. Ş. , The factors affecting consumer intention to use subscription-based online services, Yüksek Lisans, Y.OKTAY(Öğrenci), 2020
- VI. Burnaz H. Ş. , Crowdfunding Community Engagement: Drivers and Outcomes, Doktora, M.Demiray(Öğrenci), 2019
- VII. Burnaz H. Ş. , The impact of hedonic and utilitarian shopping values on sustainable fashion consumption, the moderating role of voluntary simplicity lifestyle, Yüksek Lisans, B.ÖYKÜ(Öğrenci), 2019
- VIII. Burnaz H. Ş. , The Impact of Retail Store Environmental Cues on Shopper Behavior, Doktora, M.Coşkun(Öğrenci), 2019
- IX. Burnaz H. Ş. , Analyzing Customer Engagement through Customer Experience in Healthcare Industry, Doktora, A.Bengi(Öğrenci), 2019
- X. Burnaz H. Ş. , Tüketici değer boyutlarının Y kuşağının marka sadakatine olan etkisinin incelenmesi: Akıllı telefon markaları üzerine bir uygulama, Yüksek Lisans, S.DEMİR(Öğrenci), 2018
- XI. Burnaz H. Ş. , Tüketicilerin yeni teknolojilere yönelik tutumlarının teknoloji kabul modeli ve risk algısı açısından incelenmesi: Akıllı şehir yapılanmasında bir mobil navigasyon örneği, Yüksek Lisans, M.KABAKCI(Öğrenci), 2018
- XII. Burnaz H. Ş. , An Analysis of Voters' Perception of Visual Advertisements with respect to Neuro-marketing Approach, Doktora, A.Alioğlu(Öğrenci), 2018
- XIII. Burnaz H. Ş. , Customer Switching Behavior Analysis In Telecommunications Via Mobile Number Portability, Yüksek Lisans, M.Şenel(Öğrenci), 2017
- XIV. Burnaz H. Ş. , Topcu Y. İ. , Hızlı Tüketim Ürünleri Sektöründe Analitik Ağ Süreci İle Reklam Mecrası Seçimi, Yüksek Lisans, C.YEŞİLYURT(Öğrenci), 2016

- XV. Burnaz H. Ş. , Sürdürülebilir Ambalajlamanın Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi, Yüksek Lisans, S.Övüç(Öğrenci), 2014
- XVI. Burnaz H. Ş. , Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerinde Menşe Ülke Bilgisinin Rolü: Deri Ayakkabı Sektöründe Bir Uygulama, Yüksek Lisans, M.Coşkun(Öğrenci), 2013
- XVII. Burnaz H. Ş. , The Role Of Online Brand Communities On Word Of Mouth Communication And Purchase Intention of a New Product, Yüksek Lisans, M.Demiray(Öğrenci), 2013
- XVIII. Burnaz H. Ş. , Topcu Y. İ. , Evaluating Product Portfolio Performance for A Manufacturing Company in The Automotive Industry, Yüksek Lisans, F.YILMAZ(Öğrenci), 2010

Jüri Üyelikleri

- I. Akademik Kadroya Atama, Doçentlik Jürisi, Bahçeşehir Üniversitesi, Ekim, 2017
- II. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Haziran, 2017
- III. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Haziran, 2017
- IV. Akademik Kadroya Atama, Profesörlük Jürisi, İstanbul Üniversitesi, Mayıs, 2017
- V. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Mayıs, 2017
- VI. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Nisan, 2017
- VII. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Nisan, 2017
- VIII. Akademik Kadroya Atama, Profesörlük Jürisi, Bahçeşehir Üniversitesi İletişim, Mart, 2017
- IX. Akademik Kadroya Atama, Profesörlük Jürisi, Bahçeşehir Üniversitesi İşletme, Mart, 2017
- X. Akademik Kadroya Atama, Doçentlik Jürisi, İstanbul Ünivesitesi, Ocak, 2017
- XI. Akademik Kadroya Atama, Doçentlik Jürisi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Eylül, 2016
- XII. Akademik Kadroya Atama, Yardımcı Doçentlik Jürisi, Piri Reis Üniversitesi, Mart, 2016
- XIII. Akademik Kadroya Atama, Profesörlük Jürisi, Kemerburgaz Üniversitesi, Ocak, 2016
- XIV. Akademik Kadroya Atama, Yardımcı Doçentlik Jürisi, Trakya Üniversitesi, Temmuz, 2015
- XV. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Mayıs, 2015
- XVI. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Mayıs, 2015
- XVII. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Mayıs, 2015
- XVIII. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Ocak, 2015
- XIX. Akademik Kadroya Atama, Profesörlük Jürisi, İstanbul Üniversitesi, Kasım, 2014
- XX. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Mart, 2014
- XXI. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Mart, 2014
- XXII. Doçentlik Sınavı, Doçentlik Jürisi, ÜAK, Mart, 2014
- XXIII. Akademik Kadroya Atama, Yardımcı Doçentlik Jürisi, Nişantaşı Üniversitesi, Kasım, 2013
- XXIV. Akademik Kadroya Atama, Yardımcı Doçentlik Jürisi, Okan Üniversitesi, Ağustos, 2011

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Human crowding and store messiness: Drivers of retail shopper confusion and behavioral intentions**
Coşkun M., Gupta S., Burnaz S.
JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR, cilt.18, sa.4, ss.313-331, 2019 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- II. **Exploring the impact of brand community identification on Facebook: Firm-directed and self-directed drivers**
Demiray M., Burnaz S.
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, cilt.96, ss.115-124, 2019 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- III. **The Effects of Corporate Ethical Values and Personal Moral Philosophies on Ethical Intentions in Selling Situations: Evidence from Turkish, Thai, and American Businesspeople**
Marta J., Singhapakdi A., LEE D., BURNAZ S., Topcu Y. İ. , Atakan M. G. S. , Ozkaracalar T.
JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, cilt.106, sa.2, ss.229-241, 2012 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)

- IV. **An exploratory cross-cultural analysis of marketing ethics:The case of turkish, thai, and american businesspeople**
Burnaz S., Atakan M. G. S. , Topcu Y. İ. , Singhapakdi A.
Journal of Business Ethics, cilt.90, sa.SUPPL 3, ss.371-382, 2009 (SCI Expanded İndekslerine Giren Dergi)
- V. **A Cross Cultural Analysis of Marketing Ethics The Case of Turkish Thai and American Businesspeople**
BURNNAZ H. Ş. , M G Serap A., TOPCU Y. İ. , Anusorn S.
Journal of Business Ethics, cilt.90, sa.3, ss.371-382, 2009 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- VI. **An Empirical Investigation of the Ethical Perceptions of Future Managers with a Special Emphasis on Gender – Turkish Case**
ATAKAN M. G. S. , BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
Journal of Business Ethics, cilt.82, sa.3, ss.573-586, 2008 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- VII. **An analysis of the portrayal of gender roles in Turkish television advertisements**
Uray N., BURNAZ S.
SEX ROLES, cilt.48, sa.1-2, ss.77-87, 2003 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- VIII. **An Analysis of the Portrayal of Gender Roles in Turkish TV Advertisements**
URAY N., BURNAZ H. Ş.
Sex Roles: A Journal of Research, cilt.48, ss.77-88, 2003 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **The influence of 'influencer marketing' on YouTube influencers**
Acikgoz F., Burnaz S.
International Journal of Internet Marketing and Advertising, cilt.15, sa.2, ss.201-219, 2021 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- II. **İnovasyona Giden Yol: Kitle Fonlaması**
DEMİRAY M., BURNAZ H. Ş.
Fortune Türkiye, 2020 (Hakemsiz Dergi)
- III. **A Qualitative Research On Perceived Authenticity of Corporate Social Responsibility**
Sahin Kazazoglu G. N. , BURNAZ H. Ş.
Journal of Management, Marketing and Logistics, cilt.6, sa.4, ss.225-238, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IV. **Positioning of crowdfunding platforms: Turkey as an emerging market case**
DEMİRAY M., BURNAZ H. Ş.
Journal of Management Marketing and Logistics, cilt.6, sa.2, ss.84-94, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- V. **Customer Experience Quality Dimensions in Health Care: Perspectives of Industry Experts**
ÖZÇELİK A. B. , BURNAZ H. Ş.
Journal of Management, Marketing and Logistics, cilt.6, sa.2, ss.62-72, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VI. **Sadece Müşteri mi Deneyim Yaşar? Hasta Deneyimine 5P Yaklaşımı**
BURNAZ H. Ş. , ÖZÇELİK A. B.
Harvard Business Review Türkiye, sa.75, ss.102-107, 2019 (Hakemsiz Dergi)
- VII. **An Analysis of Voters' Perception of Visual Advertisements with Respect to Neuro-Marketing Approach**
ALBURAİ A., GİRİSKEN Y., BURNAZ H. Ş.
Journal of Business, Economics and Finance, cilt.7, sa.3, ss.237-258, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VIII. **Türkiye ve Türk Ürünlerine Yönelik Ulusal Kalıp Yargılar Üzerine Bir Araştırma**
ÇOŞKUN M., ERGEN F. H. , BURNAZ H. Ş.
Tüketici ve Tüketici Araştırmaları Dergisi, cilt.9, ss.297-316, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IX. **Makineler İnsanı Anlar mı? – Nörobilim Teknikleri ile Tüketiciyi Yeniden Keşfetmek**

Girişken Y., Burnaz H. Ş.

İTÜ Vakfı Dergisi, cilt.75, ss.62-65, 2017 (Hakemli Üniversite Dergisi)

- X. **Mobil İnternet, Tüketici Materyalizmi ve Alışveriş Bağımlılığı: Alışveriş Motivasyonlarının Düzenleyici Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
ÖZÇELİK A. B. , BURNAZ H. Ş. , TELCİ E. E.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, cilt.3, ss.1-20, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XI. **Tüketici Etiği Çerçevesinde Korsan Tüketim: Sosyo-Bilişsel Bir Model Önerisi**
OKAN M., BURNAZ H. Ş.
ODTÜ Gelişme Dergisi, cilt.44, sa.1, ss.69-93, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XII. **Exploring the Literal Effect of COO for a New Brand: A Conjoint Analysis Approach**
Coşkun M., Burnaz S.
Journal of International Consumer Marketing, cilt.28, sa.2, ss.106-120, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIII. **User Attitudes towards Mobile Payment: A New Purchasing Application from Turkey**
AYDIN G., BURNAZ H. Ş.
Journal of Euromarketing, cilt.25, ss.115-130, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIV. **Mobil Cüzdan Kullanım Niyeti ve Kişisel Yenilikçiliğin Aracılık Etkisi**
AYDIN G., BURNAZ H. Ş.
Finans, Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, cilt.53, sa.611, ss.71-84, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XV. **Exploring the literal effect of country of origin for a new brand a conjoint analysis approach**
COŞKUN M., BURNAZ H. Ş.
Journal of International Consumer Marketing, cilt.28, sa.2, ss.106-120, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVI. **Adoption of Mobile Payment Systems: A Study on Mobile Wallets**
AYDIN G., BURNAZ H. Ş.
Journal of Business, Economics and Finance, cilt.5, sa.1, ss.73-92, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVII. **The Impact of Country of Origin on Consumers Purchasing Intentions**
COŞKUN M., BURNAZ H. Ş.
The Journal of American Business Review, cilt.2, ss.238-245, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVIII. **A Cultural Content Analysis of Multinational Companies Websites**
NACAR R., BURNAZ H. Ş.
Qualitative Marketing Research: An International Journal, cilt.14, ss.274-288, 2011 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIX. **Consumer Evaluations on Brand Extensions B2B Brands Extended into B2C Markets**
BURNAZ H. Ş. , BİLGİN P.
JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT, cilt.20, ss.256-267, 2011 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XX. **Have Ethical Perceptions Changed A Comparative Study on the Ethical Perceptions of Turkish Faculty Members**
BURNAZ H. Ş. , M G Serap A., TOPCU Y. İ.
Journal of Academic Ethics, cilt.8, ss.137-151, 2010 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXI. **Retail Internationalisation A British Retailer in Turkey**
M G Serap A., BURNAZ H. Ş.
European Regional Review, European Retail Digest, ss.40-43, 2007 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXII. **A Multiple Criteria Decision Making Approach for the Evaluation of Retail Location**
BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
Journal of Multi-Criteria Decision Analysis (JMCD), cilt.14, ss.67-76, 2006 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXIII. **Success Factors of a Brand Extension**
Göksu Ç., Burnaz H. Ş.
ESTIEM (European Students of Industrial Engineering & Management) Magazine, cilt.26, ss.19-22, 2004 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXIV. **Perakendede Dönüşümün Temel Taşı: Büyük Ölçekli Perakendecilik**
Burnaz H. Ş.

- Retail News, cilt.42, ss.36-38, 2003 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXV. **Marka Yayma Yoluyla Pazara Sunulan Yeni Ürünlerin Tüketiciler Açısından Değerlendirilmesi**
Burnaz H. Ş. , Esgin N.
Pazarlama Dünyası, cilt.17, ss.23-30, 2003 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXVI. **Hedef Pazar Olarak Kadınların Aile İçi Satın Alma Karar Yapısı ve Yaşam Biçimi Bölümlendirmesi**
SEZGİN S. D. , Uray N., Burnaz H. Ş.
Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Dergisi, cilt.1, ss.117-135, 1995 (Hakemli Üniversite Dergisi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Ethics, Social Responsibility and Sustainability in Marketing**
Altınbasak-Farina İ. (Editör), Burnaz H. Ş. (Editör)
Springer Nature, Singapore, 2019
- II. **Competitive Deviance from Ethicality: A Focus On Online Settings**
Sahin Kazazoglu G. N. , ÖZÇELİK A. B. , BURNAZ H. Ş.
Ethics, Corporate Social Responsibility and Sustainability in Marketing, , Editör,
<https://link.springer.com/book/10.10072F978-981-13-7924-6>, ss.19-43, 2019
- III. **Rekabet Stratejileri**
BURNAZ H. Ş.
Pazarlama İlkeleri, Gegez, Ahmet Ercan, Editör, BETA, ss.542-567, 2018
- IV. **Müşteri İlgörüsü Edinmeye Yönelik Pazarlama Bilgi Sistemi**
Burnaz H. Ş. , Korkut Altuna O.
Pazarlama İlkeleri, Gegez E., Editör, Beta Yayınları, İstanbul, ss.104-139, 2018
- V. **To Switch or Not? Analyzing The Question for Consumers in Turkish Mobile Telecommunications**
ULUBASOGLU G., SENEL M., BURNAZ H. Ş.
Marketing at the Confluence between Entertainment and Analytics, Rossi, Patricia, Editör, Springer International AG, ss.969-982, 2017
- VI. **The Impact of Company Facebook Page on Wom Communication of New Product**
Demiray M., Burnaz H. Ş.
Looking Forward, Looking Back: Drawing on the Past to Shape the Future of Marketing, Campbell C., Ma J., Editör, Springer, Cham, ss.234-243, 2016
- VII. **A Multi Criteria Decision Analysis Approach to Measure the Effectiveness of Sports Sponsorship**
IŞIK M., ÖZAYDIN Ö., Burnaz H. Ş. , Topcu Y. İ.
Looking Forward, Looking Back: Drawing on the Past to Shape the Future of Marketing, Campbell C., Ma J. , Editör, Springer, Cham, ss.564-573, 2016
- VIII. BURNAZ H. Ş.
1994 Ekonomisi, , Editör, İletişim Yayınları, ss.118-138, 2016
- IX. **The Crowdfunding Market: Models, Platforms and Projes**
DEMİRAY M., BURNAZ H. Ş. , ASLANBAY Y.
Crowdfunding for Sustainable Entrepreneurship and Innovation, , Editör, IGI Global, 2016
- X. **Culture and Websites Interaction: Issues and Perspectives**
NACAR R., BURNAZ H. Ş. , URAY N.
Cultural and Technological Influences on Global Business, Christiansen, Bryan; Turkina, Ekaterina; Williams, Nigel, Editör, IGI Global, ss.316-351, 2013
- XI. **İlişkisel Pazarlamada Müşteri ile İletişimin Değişen Yapısı: Sosyal Medyanın Rolü Üzerine Bir Değerlendirme**
BURNAZ H. Ş. , URAY N.
Selime Sezgin e Armağan, N.Uray, Ş.Burnaz, E.Karaosmanoğlu, B.Elmadağ Baş, G.Ulubaşoğlu, C.Aktan, M.Demiray, Editör, BETA, ss.23-35, 2011

- XII. **Uluslararasılaşma Süreci**
BURNAZ H. Ş.
Küresel Pazarlama Yönetimi, , Editör, BETA, 2008
- XIII. **Pazarlama ile Üretim-Araştırma-Geliştirme-Tasarım Etkileşimi: Rekabet Üstünlüğüne Giden Yol**
URAY N., BURNAZ H. Ş.
Sıtkı Gözölü ye Armağan, , Editör, Çağlayan, 2007
- XIV. **Reklamcılıkta Content (İçerik) Analizinin Yeri: Kadın ve Erkek Karakterlerin Profili**
URAY N., BURNAZ H. Ş.
Nezih Neyzi ye Armağan, , Editör, Pazarlama Ve Kamuoyu Araştırmacıları Derneği, ss.220-231, 2001
- XV. **Marketing Practices and Performance of the Turkish Clothing Industry Firms Exporting to the European Union**
SEZGİN S. D. , URAY N., BURNAZ H. Ş.
Advances in International Marketing, Atilla Yaprak, Hulya Tutek, Editör, Ablex Publishing Corp., JAI Press, ss.163-190, 2000

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Kitle Fonlamasına Katılımda Etkili Olan Sosyal Dinamikler**
DEMİRAY M., BURNAZ H. Ş.
İSEFAM Çalıştayları, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye, 12 Nisan - 12 Şubat 2020
- II. **Has Luxury Consumption Something to Do with Fear and Love?**
ÇEŞMECİ C., BURNAZ H. Ş.
The 22nd AMS World Marketing Congress, Edinburgh, Saint Helena, 9 - 12 Temmuz 2019
- III. **The Impact of Sponsored Content On Attitude Towards Youtube Influencers**
BURNAZ H. Ş. , ACIKGOZ F.
28th Annual CIMaR Conference, Ankara, Türkiye, 17 - 21 Haziran 2019
- IV. **Store Disorderliness Effect: Shoppers' Competitive Behaviors in a Fast Fashion Retail Store**
COŞKUN M., GUPTA S., BURNAZ H. Ş.
ACRA Conference, Tuscon, Amerika Birleşik Devletleri, 4 - 06 Nisan 2019
- V. **Clustering Active Users and Potential Users of a Mobile Payment Application through Self Organizing Maps**
YİĞİT P., AYDIN G., BURNAZ H. Ş.
International Statistics Days Conference (ISDC), Türkiye, 3 - 07 Ekim 2018
- VI. **Mobil Navigasyon İle Park Yeri Uygulaması: Tüketici İçin Gerçekten Faydalı, Kolay ve Risksiz mi?**
KABAKÇI M., BİLGİLİ B., BURNAZ H. Ş.
23. Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018
- VII. **Ne Yaptığın Değil, Nasıl Algılandığın Önemli: Tüketici Gözünden Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ve Tüketicilerin Gönüllülük İsteği Üzerindeki Etkisi**
Sahin Kazazoglu G. N. , BURNAZ H. Ş.
23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018
- VIII. **Mobil Navigasyon ile Park Yeri Uygulaması: Tüketici için Gerçekten Faydalı, Kolay ve Risksiz mi?**
Kabakçı M., Bilgili B., Burnaz H. Ş.
23. Ulusal Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018, ss.10-20
- IX. **How Does Relationship Marketing Relate to Performance?**
Sanisoğlu M., Burnaz H. Ş.
Global İşletme Araştırmaları Kongresi, İstanbul, Türkiye, 24 - 25 Mayıs 2018, ss.30-40
- X. **Does Political Affiliation Affect the Way Voters Gaze at Printed Advertisements? An Eye-tracking Study**
Al-Burai A., Burnaz H. Ş. , Girişken Y.

Global İşletme Araştırmaları Kongresi, İstanbul, Türkiye, 24 - 25 Mayıs 2018, ss.10-20

- XI. **Brand Name and Ad Execution Format: Influence of Stereotypical Associations in Utilitarian Service Context**
COŞKUN M., ERGEN KELEŞ F. H. , BURNAZ H. Ş.
AMA Summer Conference, Amerika Birleşik Devletleri, 4 - 06 Ağustos 2017
- XII. **The Impact of Store Disorderliness on Shopping Behavior in a Fashion Retail Context**
COŞKUN M., BURNAZ H. Ş.
American Marketing Association Summer Conference, 4 - 06 Ağustos 2017
- XIII. **A Typology for P2P Access Based Exchanges in Marketplaces**
Ülker C., Burnaz H. Ş.
Global İşletme Araştırmaları Kongresi, İstanbul, Türkiye, 24 - 25 Mayıs 2017, ss.716-722
- XIV. **Is the Behavior of Consumer Always Conscious?**
Coşkun M., Burnaz H. Ş.
Global İşletme Araştırmaları Kongresi, İstanbul, Türkiye, 24 - 25 Mayıs 2017, ss.10-20
- XV. **How Does the Perceived Deviancy of Online Reviews Affect the Ethicality Perception?**
Sahin Kazazoglu G. N. , ÖZCELİK A. B. , BURNAZ H. Ş.
7th International Conference on Governance Fraud Ethics and Social Responsibility, Türkiye, 9 - 10 Aralık 2016
- XVI. **Innovativeness Impact on Attitude Development towards Mobile Payment Applications**
AYDIN G., BURNAZ H. Ş.
International Management Development Association (IMDA) 25th Annual World Business Congress, Londrina, Brezilya, 15 - 19 Haziran 2016
- XVII. **A MULTI CRITERIA DECISION ANALYSIS APPROACH TO MEASURE THE EFFECTIVENESS OF SPORTS SPONSORSHIP**
Isik M., Ozaydin O., Burnaz S., Topcu Y. İ.
16th Biennial World Marketing Congress on Looking Forward, Looking Back - Drawing on the Past to Shape the Future of Marketing, Melbourne, Avustralya, 17 - 20 Temmuz 2013, ss.564-573
- XVIII. **Decision of advertising media selection by using ANP in the FMCG industry**
YEŞİLYURT C., BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
The 27th European Conference on Operational Research (EURO 2015), Glasgow, İngiltere, 12 - 15 Temmuz 2015, ss.78
- XIX. **The Role of Peer Influence on Brand Community Commitment A SEM Model for Brand Communities in a Social Networking Site**
DEMİRAY M., BURNAZ H. Ş.
AMA 2014 Summer Marketing Educators' Conference, San-Francisco, Kostarika, 1 - 03 Ağustos 2014
- XX. **The Effects of Company Responses to Negative Comments on Other Customers Attitudes toward Brand in Company hosted Social Networking Sites**
DEMİRAY M., BURNAZ H. Ş.
Global Business Conference, Dubrovnik, Hırvatistan, 1 - 04 Ekim 2014, ss.80-86
- XXI. **A Decision Model for Preventing Seasonality in Chocolate Purchasing**
BURNAZ H. Ş. , VATANSEVER F., İPEK S., TOPCU Y. İ.
The 26th EURO - INFORMS Joint International Conference, Roma, İtalya, 1 - 04 Temmuz 2013, ss.18
- XXII. **MARKA TOPLULUKLARINDA FİKİR LİDERLİĞİ: YENİ ÜRÜN SATIN ALMA NİYETİNİN OLUŞMASINDAKİ ROLÜ**
Demiray M., Burnaz H. Ş.
17. ULUSAL PAZARLAMA KONGRESİ, Balıkesir, Türkiye, 18 - 21 Ekim 2012, ss.21-40
- XXIII. **Evaluation of Entry and Penetration Strategies to Middle East Market Utilizing A Multi Criteria Decision Analysis Approach**
MERVE Y., ŞERAFETTİN Ö., BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
The 42nd International Conference on Computers and Industrial Engineering, Cape-Town, Güney Afrika, 16 - 18 Temmuz 2012
- XXIV. **A Decision Analysis on Cooperative Advertising**

- BURNAZ H. Ş. , EKMEKÇİ E., TOPCU Y. İ.
The 25th European Conference on Operational Research (EURO XXV), Vilnius, Litvanya, 8 - 11 Temmuz 2012, ss.49
- XXV. **The Country of Origin Effect on Purchasing Intention of Turkish Consumers for Leather Shoes**
Coşkun M., Burnaz H. Ş.
International Management Development Association (IMDA) 21st Annual World Business Congress, Helsinki, Finlandiya, 4 - 08 Temmuz 2012, ss.236-243
- XXVI. **Online Brand Communities: Their Influence on new product adoption**
Demiray M., Burnaz H. Ş.
TUB-ITU Joint Conference 2012, Berlin, Almanya, 11 - 14 Ocak 2012, ss.1
- XXVII. **A Decision Support on Planning Retail Tenant Mix in Shopping Malls**
BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
7th International Strategic Management Conference, Paris, Fransa, 30 Haziran - 02 Temmuz 2011, ss.317-323
- XXVIII. **A Multi-Criteria Decision Support Model for Effective Portfolio Management of an Automobile Manufacturing Company**
YILMAZ F., BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
The 21st International Conference on Multiple Criteria Decision Making (MCDM 2011), Jyvaskyla, Finlandiya, 13 - 17 Haziran 2011, ss.230
- XXIX. **Determining the Effects of Sports Sponsorship Success**
IŞIK M., ÖZAYDIN Ö., TOPCU Y. İ. , BURNAZ H. Ş.
The 21st International Conference on Multiple Criteria Decision Making (MCDM 2011), Jyvaskyla, Finlandiya, 13 - 17 Haziran 2011, ss.231
- XXX. **A Multi Criteria Decision Analysis For Mobile Phone Purchasing**
BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
Global Marketing Conference, Tokyo, Japonya, 9 - 11 Eylül 2010, ss.2325-2336
- XXXI. **Advertising Value of Mobile Marketing Activities and Consumer Attitudes**
GÖZDE E., BURNAZ H. Ş. , URAY N.
Global Marketing Conference, Tokyo, Japonya, 9 - 11 Eylül 2010, ss.511-522
- XXXII. **Profiling Fast Fashion Apparel Shoppers A Study on Consumers Perceived Shopping Values**
CANAN A., BURNAZ H. Ş.
International Management Development Association (IMDA) The 19th Annual World Business Congress, Konya, Türkiye, 20 - 25 Temmuz 2010, ss.271-278
- XXXIII. **An AHP model to evaluate brand equity of sports clubs**
IŞIK M., ÖZAYDIN Ö., TOPCU Y. İ. , BURNAZ H. Ş.
The 24th European Conference on Operational Research (EURO XXIV), Lizbon, Portekiz, 11 - 14 Temmuz 2010, ss.71
- XXXIV. **An Emerging Concept Digital Strategies and I Marketing**
HALİL İBRAHİM T., BURNAZ H. Ş.
NMIC - 2nd International Conference on New Media and Interactivity, İstanbul, Türkiye, 28 - 30 Nisan 2010, ss.100-106
- XXXV. **The Use of Social Media as a New Marketing Communications Tool**
HANDE H., TUĞÇE Ö., BURNAZ H. Ş.
NMIC - 2nd International Conference on New Media and Interactivity, İstanbul, Türkiye, 28 - 30 Nisan 2010, ss.148-153
- XXXVI. **Perceived Shopping Values of Young Consumers in Fast Fashion Retailing**
CANAN A., BURNAZ H. Ş.
7th International Conference For Consumer Behaviour, Tourism and Retailing Research, ESSTE, Lizbon, Portekiz, 7 - 09 Nisan 2010, ss.484-489
- XXXVII. **Web Sitelerinde Bilgi İçeriğinin Yerelleşmesi Türkiye deki Çokuluslu Firmalar**
NACAR R., BURNAZ H. Ş.
14.Pazarlama Kongresi, Yozgat, Türkiye, 14 - 17 Ekim 2009, ss.478-487
- XXXVIII. **Comparison of Two Apparel Retailer Companies: A Multiple Criteria Evaluation of Retail Locations**

- TOPCU Y. İ. , BURNAZ H. Ş.
The 23rd European Conference on Operational Research (EURO XXIII), Bonn, Almanya, 5 - 08 Temmuz 2009, ss.35
- XXXIX. **Modeling Marketing Strategies against Market Entries of Innovative Products**
GÜLÜM S., DEDES S., BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
The 20th International Conference on Multiple Criteria Decision Making (MCDM 2009), Chengdu, Çin, 21 - 26 Haziran 2009, ss.202-203
- XL. **Ekolojik Tekstil Ürünlerinin Pazarlanmasına Yönelik Tüketici Tutumları ve Etkili Faktörler**
Canan A., BURNAZ H. Ş.
13.Pazarlama Kongresi, Adana, Türkiye, 30 Ekim - 01 Kasım 2008, ss.441-456
- XLI. **Algılanan Mağaza İmajı Marks And Spencer ve Boyner Mağazalarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir İnceleme**
ATAKAN M. G. S. , BURNAZ H. Ş.
12.Pazarlama Kongresi, Sakarya, Türkiye, 18 - 20 Ekim 2007, ss.183-200
- XLII. **A Multi Criteria Analysis of Factors Influencing Organic Food Marketing**
TOPCU Y. İ. , BURNAZ H. Ş. , SÜHA U.
The 13th World Marketing Congress, Verona, İtalya, 11 - 14 Temmuz 2007, ss.283-287
- XLIII. **Content Analysis of Web Site as the Communication Medium Does the Culture Matter**
URAY N., ÖZGE E., BURNAZ H. Ş.
International Management Development Association (IMDA). The 16th Annual World Business Congress, Maastricht, Hollanda, 4 - 08 Temmuz 2007, ss.418-426
- XLIV. **ANP Application in Mobile Phone Purchasing Process**
TOSUN O., GÜNGÖR A., BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
The 22nd European Conference on Operational Research (EURO XXII), Prag, Çek Cumhuriyeti, 8 - 11 Temmuz 2007, ss.119
- XLV. **Content Analysis of Web Site as the Communication Medium: Does the Culture Matter?**
Uray N., Eldas O., Burnaz S.
16th World Business Congress, Maastricht, Hollanda, 4 - 08 Temmuz 2007, cilt.16, ss.418-426
- XLVI. **Marks and Spencer in Turkey The Store Image of an International Retailer**
M G Serap A., BURNAZ H. Ş.
13th International Conference of EIRASS on Retailing and Services Science, Budapest, Macaristan, 9 - 12 Temmuz 2006
- XLVII. **A Multi Criteria Decision Model for Turkish Soft Drink Industry**
BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
The 8th International Symposium on the Analytic Hierarchy Process, Honolulu, 7 - 10 Temmuz 2005
- XLVIII. **Perceived Conduct and Ethical Issues among Faculty Members**
BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ. , M G Serap A.
The 12th World Marketing Congress, Münster, Almanya, 6 - 09 Temmuz 2005, cilt.329
- XLIX. **A Decision Support Proposal for Retailer Selection Problem**
TOPCU Y. İ. , BURNAZ H. Ş.
The 17th International Conference on Multiple Criteria Decision Making, Whistler, Kanada, 6 - 11 Ağustos 2004
- L. **Modeling Marketing Strategies in Organic Food through Analytic Network Process**
TOPCU Y. İ. , BURNAZ H. Ş. , URGAN S.
The 17th International Conference on Multiple Criteria Decision Making (MCDM 2004), Whistler, Kanada, 6 - 11 Ağustos 2004, ss.171
- LI. **An Exploratory Study on Consumers Attitudes Towards Online Buying Why They Do Not Buy**
BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ. , Ekin S.
4th Annual Conference, The International Academy of E-Business, Atlantic City, Amerika Birleşik Devletleri, 28 - 31 Mart 2004, ss.27-30
- LII. **Adoption of Internet Banking by Turkish Customers Profile of Adopters vs Nonadopters**
GONCA U., URAY N., BURNAZ H. Ş.
4th Annual Conference, The International Academy of E-Business, Atlantic City, Amerika Birleşik Devletleri, 28 - 31

Mart 2004, ss.157-160

- LIII. **Analysis of Advertising Content A Cross Cultural Comparison of American German and Turkish Advertisements**
BURNAZ H. Ş. , URAY N., ATAMAN M. B. , ELMADAĞ BAŞ A. B.
9th Cross-Cultural Research Conference, Rose Hall, Jamaika, 10 - 14 Aralık 2003
- LIV. **Geleceğin Yöneticilerinin İş Ahlakına Bakışı Üzerine Bir Çalışma**
BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ. , EKİN S.
1. Uluslararası İş ve Meslek Ahlakı Kongresi, Ankara, Türkiye, 17 - 19 Eylül 2003, ss.356-365
- LV. **Consumers Attitudes towards Social Responsibilities of Companies**
Fatih T., BURNAZ H. Ş.
European Business Ethics Network (EBEN), Budapest, Macaristan, 29 - 31 Ağustos 2003, ss.184-187
- LVI. **An Investigation of the Ethical Dilemmas Faced by Faculty: The Case of Turkey**
ATAKAN M. G. S. , BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
The 16th EBEN Annual Conference, Budapest, Macaristan, 29 - 31 Ağustos 2003, ss.188-190
- LVII. **A Multicultural Comparison of Ethical Perceptions of Students**
ATAKAN M. G. S. , BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
EURO / INFORMS Joint International Meeting, İstanbul, Türkiye, 6 - 10 Temmuz 2003, ss.123
- LVIII. **Consumers Adoption of Internet Usage in Turkey Comparison between Online Shoppers and Nonshoppers**
BURNAZ H. Ş. , EKİN S.
International Management Development Association (IMDA) The 11th Annual World Business Congress, Antalya, Türkiye, 10 - 14 Temmuz 2002, ss.540-547
- LIX. **Business Ethics Considerations of Purchasing Professionals**
BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
International Management Development Association (IMDA) The 11th Annual World Business Congress, Antalya, Türkiye, 10 - 14 Temmuz 2002, ss.253-260
- LX. **Suppliers' perceptions of ethical implications: A comparison with their counterparts' considerations**
TOPCU Y. İ. , BURNAZ H. Ş.
The 12th Mini EURO Conference, Brüksel, Belçika, 2 - 05 Nisan 2002, ss.117
- LXI. **Sex Role Portrayals in Turkish Television Advertisements**
URAY N., BURNAZ H. Ş.
Istanbul Technical University and Technical University of Berlin Joint Conference, İstanbul, Türkiye, 11 Kasım 1999 - 12 Kasım 2001
- LXII. **Ethical issues in buyer supplier relationships**
TOPCU Y. İ. , BURNAZ H. Ş.
The 18th European Conference on Operational Research (EURO 2001), Rotterdam, Hollanda, 09 Temmuz 2001, ss.173
- LXIII. **An integrated decision aid for point of purchase selection**
BURNAZ H. Ş. , TOPCU Y. İ.
The 18th European Conference on Operational Research (EURO 2001), Rotterdam, Hollanda, 9 - 11 Temmuz 2001, ss.49
- LXIV. **Information Content in TV Advertising A Comparative Analysis of German and Turkish TV Commercials**
URAY N., BURNAZ H. Ş.
The 10th Biennial World Marketing Congress, Cardiff, İngiltere, 27 Haziran - 01 Temmuz 2001
- LXV. **Reklamda Bilgi İçeriği ve Yaratıcı Strateji Türkiye Almanya Karşılaştırması**
URAY N., BURNAZ H. Ş.
6.Pazarlama Kongresi, Erzurum, Türkiye, 28 Haziran - 01 Temmuz 2001, ss.303-313
- LXVI. **Reklamlarda Kadın Erkek Rollerindeki Değişiklik**
URAY N., BURNAZ H. Ş.
5.Pazarlama Kongresi, Antalya, Türkiye, 16 - 18 Kasım 2000, ss.425-445

- LXVII. **Marketing practices and performance of the Turkish clothing industry firms exporting to the European Union**
Sezgin S., Uray N., Burnaz S.
International Conference on Globalization, The Multinational Firm, and Emerging Economies, CESME, Türkiye, 01 Mayıs 1998, cilt.10, ss.163-190
- LXVIII. **The Evolution of Large Scale Retailing in Turkey**
BURNAZ H. Ş.
Istanbul Technical University and Technical University of Berlin Joint Conference, Berlin, Almanya, 22 - 23 Ekim 1998
- LXIX. **Marketing Strategies of the Turkish Clothing Firms Exporting to EU Countries**
SEZGİN S. D. , URAY N., BURNAZ H. Ş.
The International Conference on Globalization, The International Firm and Emerging Economies, İzmir, Türkiye, 27 - 29 Mayıs 1998
- LXX. **The ATMs at the Start of the 21st Century A Productivity Paradox**
SEZGİN S. D. , URAY N., BURNAZ H. Ş.
International Conference on Business and Economic Development in Middle Eastern and Mediterranean Countries, İstanbul, Türkiye, 5 - 07 Temmuz 1993

Diğer Yayınlar

I. Türk Binek Otomobil Sektörünün Gelişimi

Burnaz H. Ş. , Burnaz Z. T.
Diğer, ss.297-310, 2000

Desteklenen Projeler

- I. Burnaz H. Ş. , Özçelik A. B. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Sağlık sektöründe hasta deneyimi ile hasta katılımı (engagement) arasındaki ilişkinin analiz edilmesine yönelik bir çalışma, 2019 - Devam Ediyor
- II. Burnaz H. Ş. , TÜBİTAK Projesi, İTÜ Girişimcilik ve İnovasyon Sertifika Programı 1601 Üniversitelerde Girişimcilik Sertifika Programı Oluşturulması ve Yürütülmesi, 2015 - Devam Ediyor
- III. Burnaz H. Ş. , Erden Bayazıt Z., Yurttaş Ş. A. , Erasmus Projesi, KA2: Cooperation for innovation and the exchange of good practices - Knowledge Alliances, 2019 - 2022
- IV. Burnaz H. Ş. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Tüketici satın alma niyeti üzerinde menşe ülke bilgisinin rolü: Deri ayakkabı sektöründe bir uygulama, 2012 - 2021
- V. Burnaz H. Ş. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Mobil Numara Taşıma Yolu ile Operatör Değiştirme Davranışlarının Analizi, 2016 - 2019
- VI. Burnaz H. Ş. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Innovativeness Impact on Attitude Development Towards Mobile Payment Applications, 2016 - 2018
- VII. Burnaz H. Ş. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Çikolata Satışlarındaki Mevsimselik Etkisini Düzenlemeye Yönelik Bir Karar Modeli Yapılandırması, 2013 - 2018
- VIII. Burnaz H. Ş. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Çok Kriterli Kara Analizi Yaklaşımı ile Pazara Giriş ve Derinleşme Stratejilerinin Değerlendirilmesi, 2012 - 2018
- IX. Burnaz H. Ş. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Otomobil Üreticisi Bir Şirketin Etkin Portföy Yönetimi İçin Çok Kriterli Karar Destek Modeli, 2011 - 2018
- X. Burnaz H. Ş. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, MOBİL PAZARLAMA FAALİYETLERİNİN REKLAM DEĞERİ VE TÜKETİCİ TUTUMLARI, 2010 - 2018
- XI. Burnaz H. Ş. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Pazarlama Etiğinde Kültürler arası Birs Karşılaştırma: Türkiye, Tayland ve Amerika Örneği, 2008 - 2018

- XII. Burnaz H. Ş. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Organik Gıda Ürünlerinin Pazarlanmasının Etkileyen Faktörlerin Çok Ölçütlü Analizi, 2007 - 2018
- XIII. Burnaz H. Ş. , Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Türk,Alman ve Amerikan TV Reklamlarının Tipolojisi Kültürler arası bir Karşılaştırma, 2001 - 2002

Bilimsel Hakemlikler

- I. Journal Of Business Research, SSCI Kapsamındaki Dergi, Eylül 2020
- II. JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ağustos 2019
- III. Journal Of Business Ethics, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2015
- IV. JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ekim 2014
- V. International Marketing Review, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mayıs 2011

Kongre ve Sempozyum Katılımı Faaliyetleri

- I. ANKOS, Katılımcı, Antalya, Türkiye, 2018

Atıflar

- I. Toplam Atıf Sayısı (WOS): 137
- II. h-indeksi (WOS): 5

Antrenörlük Görevleri

Hakemlik Görevleri

Akademi Dışı Deneyim

- I. Sivil Toplum Kuruluşu, Türkiye Pazarlama Derneği
- II. Diğer Kamu Kurumu, Yök