

Doç. Dr. İlknur BİLGEN

Kişisel Bilgiler

E-posta: ilknurbilgen@hakkari.edu.tr

Web: <https://avesis.hakkari.edu.tr/ilknurbilgen>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-9678-6495

Yoksis Araştırmacı ID: 131601

Eğitim Bilgileri

Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (Dr), Türkiye 2012 - 2016

Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (YI) (Tezli), Türkiye 2008 - 2011

Lisans, Marmara Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 2004 - 2009

Yaptığı Tezler

Doktora, İşletmelerde bireysel ve kurumsal faktörlerin satış performansı üzerindeki etkisinde müşteri odaklılık ve satış odaklılığın moderatör rolü ve bir uygulama, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (Dr), 2016

Yüksek Lisans, Tüketici davranışlarında durumsal faktörlerin satın alma niyeti ve memnuniyet üzerindeki etkisi ve bir araştırma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama (YI) (Tezli), 2011

Akademik Unvanlar / Görevler

Hakkari Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Hakkari Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, 2021 - 2022

Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2011 - 2017

Araştırma Görevlisi, Hakkari Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2009 - 2011

Akademik İdari Deneyim

Hakkari Üniversitesi, 2021 - Devam Ediyor

Hakkari Üniversitesi, 2020 - 2021

Hakkari Üniversitesi, 2017 - 2021

Verdiği Dersler

Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği, Yüksek Lisans, 2022 - 2023

Pazarlama İlkeleri, Yüksek Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022

Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2021 - 2022

Kariyer Planlama, Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021

İdari Yargı, Lisans, 2017 - 2018

Yönetilen Tezler

İlknur B., Güneş gözlüğü kullanıcılarında gösterişçi tüketim eğiliminin yaşam doyumu üzerindeki etkisi, Yüksek Lisans, S.REYHAN(Öğrenci), 2023

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Örgütsel Kültürün Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Hakkâri Devlet Hastanesi Hemşireleri Üzerine Bir Araştırma**
YAŞBAY KOBAL H., ŞİMŞEK S., BİLGEN İ.
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.19, sa.1, ss.376-389, 2022 (Hakemli Dergi)
- II. **Tüketicilerin Fiyat Algılamalarının İndirim Marketlerinden Satın Alma Niyetleri Üzerindeki Etkisi**
Leblebicioğlu B., Bilgen İ.
İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.6, sa.GELİŞİM-UWE 2019 Özel Sayısı, ss.141-154, 2019 (Hakemli Dergi)
- III. **Yükseköğretim Kurumlarında Memnuniyet Kavramı: Kuramsal Bir Derleme**
YÜKSEL C. A., BİLGEN İ., YAŞBAY KOBAL H.
JOURNAL OF THE HUMAN AND SOCIAL SCIENCE RESEARCHES, cilt.7, sa.3, ss.1582-1591, 2018 (Hakemli Dergi)
- IV. **Examination of the effects of some variables in internal control and organizational stress management via multiple regression on perception of risk and uncertainty**
BİLGEN İ., YAŞAR H., ŞEKER M., Büyüksivashoğlu N. M.
Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, cilt.15, sa.1, ss.155, 2018 (Hakemli Dergi)
- V. **Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimine Entegrasyon Odaklı Yaklaşım: Kavramsal Bir Çalışma**
BİLGEN İ.
Social Sciences Studies Journal, cilt.3, sa.3, ss.149-159, 2017 (Hakemli Dergi)
- VI. **Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetiminin Güncel Yapısını Şekillendiren Faktörler Üzerine Kavramsal Bir Çalışma**
BİLGEN İ.
International Journal of Academic Value Studies, cilt.3, sa.15, ss.190-196, 2017 (Hakemli Dergi)
- VII. **Organik Tarım Ürünlerinde Algılanan Kalite: İstanbul İlindeki Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma**
BİLGEN İ.
TURKISH ONLINE JOURNAL OF DESIGN, ART AND COMMUNICATION (TOJDAC), cilt.7, sa.4, ss.678-685, 2017 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Loyalty in City Marketing: The Case of Istanbul**
BİLGEN İ., VEZİR OĞUZ G.
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ, cilt.5, sa.1, ss.77-91, 2017 (Hakemli Dergi)
- IX. **A Research on the Impact of eWOM Source Credibility and Personal Innovativeness on Online Shopping Intention in Turkish Customers**
BİLGEN İ., Soleimani Zoghi F.
Journal of Management, Marketing and Logistics, cilt.4, sa.2, ss.143-151, 2017 (Hakemli Dergi)
- X. **Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: İstanbul İlinde Bir Araştırma**
VEZİR OĞUZ G., Bilgen İ.
İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.4, sa.2, ss.51-72, 2017 (Hakemli Dergi)
- XI. **ORGANİK TARIM ÜRÜNLERİNDE ALGILANAN KALİTE: İSTANBUL İLİNDEKİ TÜKETİCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
Bilgen İ.
The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, cilt.7, sa.4, ss.678-685, 2017 (Hakemli Dergi)
- XII. **KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA NİYETİ İLE İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
TÜRKMEN M. S., PİRTİNİ S., BAYRAKTAR A., Bilgen İ.

ÖNERİ, cilt.12, sa.45, ss.375-392, 2016 (Hakemli Dergi)

- XIII. **Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tüketicilerin Satın Alma Niyeti ile İlişkisi Üzerine Bir Araştırma**
Melike Seda T., PİRTİNİ S., BAYRAKTAR A., BİLGİN İ.
ÖNERİ, cilt.12, sa.45 (22), ss.357-373, 2016 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Pazarlamaya Giriş**
BİLGİN İ.
Teorik ve Uygulamalı SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ÇALIŞMALARI Pazarlama ve Üretim Yönetimi, Koçak Ahmet, Editör, Nobel Bilimsel, Ankara, ss.2-11, 2023
- II. **Hakkari'de Kadının Psikolojik Gücü**
BİLGİN İ.
Hakkari'de Kadın, ÖKDE, Fatma, Editör, Beta, İstanbul, ss.195-227, 2022
- III. **Türk Kahvesi ve Üçüncü Nesil Kahvelerde Ürüne Karşı İlgilenim**
ONURLU Ö., YÜKSEL C. A., BİLGİN İ.
Pazarlama ve Organizasyon Perspektifinden Kuramlar ve Tartışmalar, Karabulut, Şahin, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.197-210, 2021
- IV. **Sürdürülebilir Rekabet Avantajı için S&OP**
BİLGİN İ.
Satış ve Operasyon Planlama, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı İçin Yol Haritası, Gürdal Sahavet, Kara Adnan, Editör, Nobel, Ankara, ss.1-13, 2021
- V. **Ürün**
BİLGİN İ.
TURİZM İŞLETMELERİNDE MODERN PAZARLAMA YÖNETİMİ TEORİ - STRATEJİ - ÖRNEK OLAYLAR, Doç. Dr. Derya ÖZİLHAN ÖZBEY, Editör, Detay Yayıncılık, ss.97-110, 2020
- VI. **Güncel Bir Satış Yaklaşımı Olarak Müşteri Odaklılık ve Satış Performansını Etkileyen Diğer Unsurlar**
BİLGİN İ.
Beta, 2017
- VII. **Attitude towards Charity: The Case of Ice Bucket Challenge**
KARA A., BİLGİN İ., GÜRDAL S.
Communication and Digital Media, Hasan Arslan, Mehmet Ali İçbay, Madalina Tomescu, Editör, e-bwn, ss.155-162, 2017
- VIII. **Corporate Reputation and Marketing Activities**
BİLGİN İ., AYSUNA TÜRKİYILMAZ C., GÜRDAL S.
Current Approaches in Social Sciences, YILMAZ RASIM, LOSCHNIGG GUNTER, ARSLAN HASAN, ICBAY MEHMET ALI, Editör, Peter Lang, ss.305-314, 2015
- IX. **Silkroad of the Century: A Researh on Determining the Regional Market Potential of the Transportation Corridor TRACECA**
GÜRDAL S., BİLGİN İ., DURSUN F. T.
Resilkroad, MEHMET BULUT, Editör, İSTANBUL SABAHATTIN ZAIM UNIVERSITY PUBLICATIONS, ss.87-95, 2014
- X. **Yapısal Olarak Yükselen Pazarlar ve Öğretileri**
BİLGİN İ., KARA A., GÜRDAL S.
Pazarlama Vizyonunu Genişleten Yeniden Doğan Pazarlar, MEHTAP SÜMERSAN KÖKTÜRK, EMİNE ÇOBANOĞLU, MÜGE YALÇIN, İREM EREN ERDOĞMUŞ, TAŞKIN DİRSEHAN, Editör, BETA, ss.29-48, 2014

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **İNŞAAT SEKTÖRÜNDE ÇALIŞAN MİMAR VE MÜHENDİSLERDE İŞ TATMİNİ VE İŞ PERFORMANSI**

AY İ., BİLGEN İ.

International Korkut Ata Scientific Researches Conference, Osmaniye, Türkiye, 28 - 30 Haziran 2022, ss.318-323

II. E-GİRİŞİMCİ DOĞASININ SIFATSAL ÖZELLİKLERİ

BİLGEN İ., NAJIMUDINOVA S., AYSUNA TÜRKYILMAZ C., GÜRDAL S.

9. ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK KONGRESİ, 10 - 12 Mayıs 2018

III. MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİN MÜŞTERİ SADAKATI ÜZERİNE ETKİSİ: KOZMETİK MAĞAZALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

LEBLEBİCİOĞLU B., BİLGEN İ.

18. Uluslararası İşletmecilik Kongresi, 2 - 04 Mayıs 2018

IV. The Effect of Country of Origin Perceptions and Perceived Brand Globalness on Perceived Brand Quality

AYSUNA TÜRKYILMAZ C., BİLGEN İ., KARA A.

IEDRC Istanbul Conferences, İstanbul, Türkiye, 27 - 29 Nisan 2016, ss.67-72

V. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE DUYGUSAL TATMİN ÜZERİNDEKİ ETKİSİ GSM OPERATÖRLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

BİLGEN İ., KARA A., GÜRDAL S.

20. ULUSAL PAZARLAMA KONGRESİ, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, cilt.2, ss.429-440

VI. GENÇ TÜKETİCİLERDE CİNSİYETİN KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞINDAKİ ROLÜ

BİLGEN İ., KARA A.

19. ULUSAL PAZARLAMA KONGRESİ, Türkiye, 18 - 22 Haziran 2014, ss.374-380

VII. ÇEVRECİ ÜRÜNLERDE TÜKETİM DEĞERLERİ VE MARKA SADAKATİNİN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ VE BİR ARAŞTIRMA

BİLGEN İ., KARA A.

13. ULUSAL İŞLETMECİLİK KONGRESİ, Türkiye, 8 - 10 Mayıs 2014, cilt.2, ss.875-883

VIII. Çağdaş Kent Eskişehir in Pazarlanmasında Öne Çıkan Unsurlar

BİLGEN İ., KARA A.

III. DİSİPLİNLERARARASI TURİZM ARAŞTIRMALARI KONGRESİ, Türkiye, 4 - 05 Nisan 2014, ss.1089-1106

Metrikler

Yayın: 31