

Assoc. Prof. EMRAH TOKGÖZ

Personal Information

Office Phone: [+90 286 416 6188](tel:+902864166188)

Fax Phone: [+90 286 416 0653](tel:+902864160653)

Email: emrahtokgoz@comu.edu.tr

Web: <https://avesis.comu.edu.tr/emrahtokgoz>

Address: Çan Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Tepeköy Mevkii 17400 Çan / Çanakkale

International Researcher IDs

ScholarID: im2uY1kAAAAJ

ORCID: 0000-0003-3761-9934

Yoksis Researcher ID: 269164

Education Information

Doctorate, Canakkale Onsekiz Mart University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Turkey 2012 - 2016

Postgraduate, Balıkesir University, Institute Of Social Sciences, İşletme Anabilim Dalı, Turkey 2009 - 2012

Undergraduate, Anadolu University, Faculty Of Business Administration, İşletme, Turkey 2004 - 2008

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, Çift Yetenekli Pazarlamanın Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Yoluyla Pazar ve Finansal Olmayan Performans Göstergeleri Üzerindeki Etkisi: Bilişim Sektöründe Bir Araştırma, Canakkale Onsekiz Mart University, Biga İİBF, İşletme, 2016

Postgraduate, Örgütsel Güven, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki, Balıkesir University, İİBF, İşletme, 2012

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Canakkale Onsekiz Mart University, Çan Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik, 2021 - Continues

Assistant Professor, Canakkale Onsekiz Mart University, Çan Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik, 2018 - Continues

Assistant Professor, Canakkale Onsekiz Mart University, Çan Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik, 2017 - 2018

Medical Doctor, Canakkale Onsekiz Mart University, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2016 - 2017

Academic and Administrative Experience

Deputy Director of Junior College, Canakkale Onsekiz Mart University, Çan Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik, 2018 - 2021

Courses

İşletme Bilimine Giriş II, Undergraduate, 2017 - 2018

Pazarlama Temelleri, Undergraduate, 2017 - 2018

İşletme Bilimine Giriş I, Undergraduate, 2017 - 2018

Satış Yönetimi, Undergraduate, 2016 - 2017

Tutundurma Yönetimi, Undergraduate, 2016 - 2017

Articles Published in Other Journals

- I. **Self-enhancement and negative word-of-mouth intention: Mediating role of vengeance and moderated mediation model of helping other consumers and gender**
Tokgöz E., Şaylan O.
ADVANCES IN HOSPITALITY AND TOURISM RESEARCH (AHTR), 2023 (ESCI)
- II. **Lüks Üründe Mutluluk Arama Motivasyonu ve Lüks Ürün Satın Alma Niyeti: Tüketici Sosyal Uyumu ve Cinsiyetin Düzenleyici Rolü**
TOKGÖZ E.
Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.23, no.43, pp.311-344, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Dış Görünümde Markalı Ürün Kullanma Bilincinin Gösterişçi Tüketim Üzerine Etkisi: Marka Duygusu ve Cinsiyetin Düzenleyici Rolü**
TOKGÖZ E.
Journal of Yasar University, vol.15, no.59, pp.584-597, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Marka Bilincinin Marka Tercihini Üzerine Etkisi: Moda Bilinci ve Cinsiyetin Düzenleyici Rolü**
TOKGÖZ E.
International Social Sciences Studies Journal, vol.6, no.59, pp.1287-1299, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Marka Güveni ve Marka Sadakati İlişkisinde Marka Özdeşleşmesinin Düzenleyici Rolü**
ŞAYLAN O., TOKGÖZ E.
Business and Management Studies: An International Journal, vol.8, no.1, pp.144-163, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Tüketicinin Kin Tutma Eğiliminin Pazardan Geri Çekilme Niyeti Üzerinde Etkisi: Tüketici Sinizminin Aracı ve Düzenleyici Rolü**
TOKGÖZ E.
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, vol.18, no.1, pp.36-58, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Impact of Materialistic Values on Impulsive and Compulsive Consumption via Status Consumption: A Research on Young Consumers**
TOKGÖZ E.
Business and Economics Research Journal, vol.11, no.1, pp.261-278, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Akıllı Telefon Kullanan Üniversite Öğrencilerinin Marka Özdeşleşmesinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi**
ŞAYLAN O., TOKGÖZ E.
Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, vol.22, no.2, pp.729-741, 2019 (Peer-Reviewed)

Journal)

- IX. **Hedonik ve Faydacı Tüketimin Dürtüsel ve Kompulsif Satın Alma Üzerinde Etkisi**
TOKGÖZ E.
Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.35, pp.93-108, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Materyalist Değerler Statü Tüketimi ve Dürtüsel Satın Alma Arasındaki İlişki**
TOKGÖZ E.
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, vol.16, pp.1-19, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Çift Yetenekli Pazarlamanın Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Yoluyla Pazar ve Finansal Olmayan Performans Göstergeleri Üzerindeki Etkisi: Bilişim Sektöründe Bir Araştırma**
TOKGÖZ E.
Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, vol.10, no.2, pp.31-52, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **The Relationship Between Ambidextrous Marketing, Market Performance and Financial Performance**
TOKGÖZ E.
Research in Economics and Business: Central and Eastern Europe, no.9, pp.5-29, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin İşgören Katılımı Üzerindeki Etkisi: İş Zenginleştirme Ve Güçlendirmenin Düzenleyici Etkisi**
EREN M. Ş., TOKGÖZ E., SAYLAN O.
Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.19, no.2, pp.89-106, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **Küçük Ve Orta Boy İşletmelerde (Kobi) Örgütsel Öğrenme Ve Yenilik Performansı İlişkinin Genel Performansa Etkileri**
EREN S. S., TOKGÖZ E., GÜL H.
Journal of Yasar University, vol.29, no.8, pp.4872-4895, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Pazar Odaklılığın Nitel Performans Üzerindeki Etkisinde Öğrenme Odaklılık ve Yenilikçiliğin Düzenleyici Etkisi**
EREN M. Ş., TOKGÖZ E., GÜL H., saylan o.
Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.28, no.2, pp.1-39, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **Örgütsel Güven, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Devlet Hastanesinde Araştırma**
TOKGÖZ E., Seymen O. A.
Öneri Dergisi, vol.10, no.39, pp.61-76, 2013 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Kadınların Satın Alma ve Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma**
TOKGÖZ E.
Gece Akademi, Ankara, 2019
- II. **Çift Yetenekli Pazarlama Yönetiminin Boyutları ve Yazınsal Gelişimi**
TOKGÖZ E.
in: Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Araştırma ve Değerlendirmeler, Orhan Çoban, Serpil Ağacakaya, Enderhan Karakoç, Fehmi Karasioğlu, Ayşe Çoban, Editor, Gece Akademi, Ankara, pp.111-128, 2019
- III. **Pazarlama Yetenekleri: Kaynak Temelli Bakış Açısı**
TOKGÖZ E.
in: Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimlerde Akademik Çalışmalar, Rıza Karagöz, Timuçin Kodaman, Marijan Premovic, Editor, Ivpe, Çetine, pp.331-357, 2018
- IV. **Hizmet Pazarlaması**
EROĞLU F., ÇOLAKOĞLU H., KILIÇ F., ÇETİN E., TOKGÖZ E., ÖZTÜRK S., ENGİZEK N., AYAS N., HACIOĞLU G.
in: Pazarlama İlkeler, Genel Stratejiler, Filiz Eroğlu, Editor, Paradigma Akademi, Çanakkale, pp.245-267, 2017
- V. **Pazarlama Kavramı ve Gelişimi**

EROĞLU F., ÇOLAKOĞLU H., KILIÇ F., ÇETİN E., TOKGÖZ E., ÖZTÜRK S., ENGİZEK N., AYAS N., HACIOĞLU G.
in: Pazarlama İlkeler ve Genel Stratejiler, Eroğlu Filiz, Editor, Paradigma Akademi, Çanakkale, pp.3-15, 2017

VI. Güncel Pazarlama Anlayışları

EROĞLU F., ÇOLAKOĞLU H., KILIÇ F., ÇETİN E., TOKGÖZ E., ÖZTÜRK S., ENGİZEK N., AYAS N., HACIOĞLU G.
in: Pazarlama İlkeler, Genel Stratejiler, Filiz Eroğlu, Editor, Paradigma Akademi, Çanakkale, pp.19-34, 2017

VII. Tutundurma

EROĞLU F., ÇOLAKOĞLU H., KILIÇ F., ÇETİN E., TOKGÖZ E., ÖZTÜRK S., ENGİZEK N., AYAS N., HACIOĞLU G.
in: Pazarlama İlkeler, Genel Stratejiler, Filiz Eroğlu, Editor, Paradigma Akademi, Çanakkale, pp.131-166, 2017

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

I. Genç Tüketicilerin Kişilerarası Etkiye Duyarlılığının Analizi: Demografik Değişkenler ve Markalı Ürün Grupları Açısından İnceleme

TOKGÖZ E.

II. International Conference on Empirical Economics and Social Sciences (ICEESS' 19), BALIKESİR/ BANDIRMA, Turkey, 20 - 22 June 2019, pp.290-308

II. The Smartphone Purchase Intention of the University Students in Terms of Demographic Characteristics: The Sample Of Çan Vocational School

TOKGÖZ E., ŞAYLAN O.

XII. IBANESS Congress Series on Economics, Business and Management, Plovdiv, Bulgaria, 20 - 21 April 2019, pp.205-215

III. İnternette Hazır Giyim Satın Alan Kadın Tüketicilerin Modaya Olan İlgiilerinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: Balıkesir İli Örneği

TOKGÖZ E.

UNESAK-2018 Uluslararası Necatibey Eğitim ve Sosyal Bilimler Araştırmaları Kongresi, Balıkesir, Turkey, 26 - 28 October 2018, pp.428

IV. Tutumlu Tüketici Davranışını Anlamak: Materyalist mi? Faydacı mı? Hedonik mi?

TOKGÖZ E.

UNESAK-2018 Uluslararası Necatibey Eğitim ve Sosyal Bilimler Araştırmaları Kongresi, Balıkesir, Turkey, 26 - 28 October 2018, vol.6, pp.106-134

V. Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü Öğrencilerinin Bölüm Seçmelerindeki Üniversite Faktörleri ve Kişisel Nedenler: Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Örneği

TOKGÖZ E.

InTraders International Conference on International Trade, Sakarya, Turkey, 10 - 12 May 2018, pp.23-43

VI. Akıllı Telefon Kullanan Üniversite Öğrencilerinin MarkaÖzdeşleşme Seviyelerinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi

ŞAYLAN O., TOKGÖZ E.

IX. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress, Edirne, Turkey, 29 - 30 September 2018

VII. Impact of Ambidextrous Marketing on Market and Financial Performance

TOKGÖZ E., AKATAY A., ÖZDEMİR S.

Conference on Economies of Balkan and Eastern Europe Countries in the Changed World (EBEEC), Split, Croatia, 6 - 08 May 2016, pp.59-72

Scientific Refereeing

European Journal of Marketing, Journal Indexed in SSCI, February 2018

Business and Management Studies: An International Journal, Other Indexed Journal, September 2017

Metrics

Publication: 32