

## Prof. MUHAMMET ALİ TİLTAY

### Personal Information

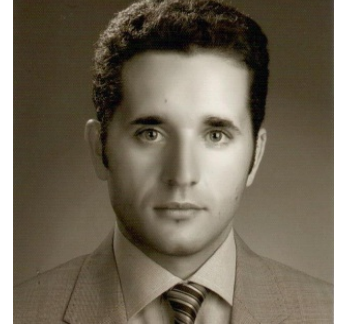
**Office Phone:** [+90 222 239 3750](tel:+902222393750) Extension: 1760

**Fax Phone:** [+90 222 229 2527](tel:+902222292527)

**Email:** [matiltay@ogu.edu.tr](mailto:matiltay@ogu.edu.tr)

**Web:** <https://avesis.ogu.edu.tr/matiltay>

**Address:** Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü B Blok Meşelik Kampüsü Büyükdere Mah. Prof. Dr. Nabi AVCI Bulvarı No:4 26040 Odunpazarı - ESKİŞEHİR



### International Researcher IDs

ScholarID: uAyQcq8AAAAJ

ORCID: 0000-0001-7877-8523

Publons / Web Of Science ResearcherID: V-8598-2017

ScopusID: 57197728343

Yoksis Researcher ID: 15002

### Education Information

Undergraduate, Istanbul University, Open And Distance Education Faculty, Sociology, Turkey 2017 - 2021

Post Doctorate, Indiana University-Purdue University at Indianapolis, Lilly Family School of Philanthropy, United States Of America 2015 - 2016

Doctorate, Eskişehir Osmangazi University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (Dr), Turkey 2010 - 2014

Postgraduate, Eskişehir Osmangazi University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (YI) (Tezli), Turkey 2009 - 2010

Postgraduate, Anadolu University, Institute Of Social Sciences, İletişim (YI) (Tezli), Turkey 2006 - 2009

Undergraduate Minor, Anadolu University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, Department Of Labor Economics And Industrial Relations, Turkey 2003 - 2005

Undergraduate, Anadolu University, Faculty Of Communication Sciences, Department Of Communication, Turkey 2000 - 2005

### Foreign Languages

English, C1 Advanced

### Dissertations

Doctorate, Bir tüketici davranışı olarak bireysel bağlılık: Bağış motivasyonlarının doğrudan ve dolaylı bağlılık üzerindeki etkisi, Eskişehir Osmangazi University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (Dr), 2014

Postgraduate, Materyalist eğilim, dini değerler, marka bağlılığı ve tüketici ahlaki arasındaki ilişkiler, Eskişehir Osmangazi University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (YI) (Tezli), 2010

Postgraduate, Anadolu Üniversitesi'nin öğrenen örgüt olma özelliklerine ilişkin öğretim elemanlarının görüşleri, Anadolu University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim (YI) (Tezli), 2009

## Research Areas

Marketing

## Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Eskisehir Osmangazi University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2018 - Continues

Assistant Professor, Eskisehir Osmangazi University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2015 - 2018

Research Assistant, Eskisehir Osmangazi University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2007 - 2015

## Academic and Administrative Experience

Director of Vocational School, Eskisehir Osmangazi University, ESKİŞEHİR MESLEK YÜKSEKOKULU, Esogü Myo, 2019 - 2022

## Courses

İLİŞKİSEL PAZARLAMA, Postgraduate, 2017 - 2018

DİJİTAL PAZARLAMA, Undergraduate, 2017 - 2018

PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Undergraduate, 2017 - 2018

YENİLİK YÖNETİMİ, Undergraduate, 2017 - 2018

STRATEJİ VE PAZARLAMA, Doctorate, 2017 - 2018

LİSANSÜSTÜ DANIŞMANLIK, Postgraduate, 2017 - 2018

NİTEL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ, Doctorate, 2017 - 2018

SOSYAL PAZARLAMA, Postgraduate, 2017 - 2018

ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ, Undergraduate, 2017 - 2018

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, Postgraduate, 2017 - 2018

PAZARLAMA İLETİŞİMİ ARAŞTIRMALARI I, Undergraduate, 2017 - 2018

PAZARLAMA İLETİŞİMİ ARAŞTIRMALARI II, Undergraduate, 2017 - 2018

MARKA YÖNETİMİ, Postgraduate, 2017 - 2018

UZMANLIK ALAN DERSİ, Postgraduate, 2017 - 2018

RESEARCH METHODS, Undergraduate, 2017 - 2018

TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ, Doctorate, 2017 - 2018

PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Postgraduate, 2017 - 2018

ULUSLARARASI PAZARLAMA, Undergraduate, 2017 - 2018

## Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

1. **Caring about other people's religiosity levels or not: how relative degree of religiosity and self-construal shape donation intention**

DOĞAN V., TİLTAY M. A.

## Articles Published in Other Journals

- I. **Can Pay-What-You-Want Be an Alternative Pricing Strategy in Crisis Periods?**  
Dalgıç T., Şaan T., Tiltay M. A.  
Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, vol.11, no.1, pp.32-55, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **What we know and do not know about video games as marketers: a review and synthesis of the literature**  
Akpınar A., TİLTAY M. A.  
International Journal of Electronic Marketing and Retailing, vol.15, no.6, pp.733-766, 2024 (Scopus)
- III. **Pazarlama Açısından Helal Gıda Sertifikası: Kavramsal Bir Değerlendirme**  
DALGIÇ T., ŞAAN T., TİLTAY M. A.  
PAZARLAMA TEORİSİ VE UYGULAMALARI DERGİSİ, vol.8, no.2, pp.179-207, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **TÜKETİM RİTÜELİ ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ**  
ÇETİN C., TİLTAY M. A.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.15, no.3, pp.713-746, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **1980-2000 Yılları Arasındaki Video Oyun Sektörünün İncelemesi: Nintendo ve Sega Örneği**  
ŞAAN T., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.  
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.22, no.3, pp.911-930, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **E-POSTA PAZARLAMASI ALANINDA 1950-2019 YILLARI ARASINDA YAPILAN ÇALIŞMALAR YÖNELİK BİR ŞEMATİK YAZIN TARAMASI**  
ÇETİN C., TİLTAY M. A.  
Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.23, no.4, pp.1543-1587, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **A bibliometric overview of the journal of historical research in marketing between 2009 and 2021**  
Akpınar A., cetin C., TİLTAY M. A.  
JOURNAL OF HISTORICAL RESEARCH IN MARKETING, vol.13, no.3-4, pp.188-213, 2021 (ESCI)
- VIII. **Mobile Marketing: Current State and Future Research Directions**  
FOLLAD M., AKPINAR A., TİLTAY M. A.  
PAZARLAMA TEORİSİ VE UYGULAMALARI DERGİSİ, vol.7, no.1, pp.27-57, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Ulusal Pazarlama Yazınında Yer Alan Nitel Makalelerin İncelenmesi (Review of the Qualitative Articles Published in National Marketing Literature)**  
TİLTAY M. A., AKPINAR A.  
Journal of Business Research - Turk, vol.13, no.1, pp.994-1015, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Bağlamında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları: Türkiye'de Mevcut Durum ve Eğilimler**  
TİLTAY M. A., ÖZ M., TEPE M. E.  
Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, vol.8, no.2, pp.351-372, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Sağ Siyaset Geleneğinde Siyasal Pazarlamanın Propaganda Dili Olarak Seçim Beyannameleri: Demokrat Partiden Adalet ve Kalkınma Partisine Seçim Beyannamelerindeki Politika Alanları**  
TORLAK Ö., TİLTAY M. A.  
Muhafazakar Düşünce Dergisi, vol.17, no.60, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Farklı Ülkelerdeki Tüketicilerin Aynı Ürüne Yönelik Yorumları Farklılaşır mı? Amazon Sanal Alışveriş Mağazası Örneği**  
ŞAAN T., TİLTAY M. A.  
İNTERNET UYGULAMALARI VE YÖNETİMİ DERGİSİ, vol.12, no.1, pp.53-75, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Kâr Amaçsız Örgütlerin Web Sayfalarının Müşteri Odaklılık Bağlamında Değerlendirilmesi**  
ECE M., TİLTAY M. A.  
Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.4, no.8, pp.197-210, 2020 (Peer-Reviewed Journal)

- XIV. **SOSYAL MEDYA KULLANIM YOĞUNLUĞU İLE SOSYAL MEDYADA ÜNLÜ KULLANIMININ LÜKS TÜKETİM EĞİLİMİNE ETKİSİNDE ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMANIN (eWOM) ROLÜNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**  
Çetin C., TİLTAY M. A., ÖZKARA B. Y.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Volunteer Management of Local and National Nonprofit Organisations: an exploratory study from Turkey**  
TİLTAY M. A., İŞLEK M. S.  
INTERNATIONAL REVIEW ON PUBLIC AND NONPROFIT MARKETING, vol.17, no.2, pp.183-201, 2020 (ESCI)
- XVI. **Similarities and differences of motivations of giving time and money: Giving to individuals versus humanitarian organizations in an emerging market**  
TİLTAY M. A., Torlak O.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF NONPROFIT AND VOLUNTARY SECTOR MARKETING, vol.25, no.1, 2020 (ESCI)
- XVII. **Otomotiv Sektöründe Marka Bağlılığı: Toyota Türkiye Hayran Topluluğu Üzerine Netnografik Bir Araştırma**  
TİLTAY M. A., DALGIÇ T.  
Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, vol.7, no.1, pp.331-359, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **Marka Bağlılığına Göre Tüketici Tipolojileri: Toyota Türkiye Hayran Topluluğu Örneği**  
TİLTAY M. A., DALGIÇ T.  
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, vol.5, no.2, pp.221-246, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **Ritual as assemblage: feast of sacrifice experiences of Turkish consumers**  
Torlak O., Ozmen M., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S., AY U.  
JOURNAL OF ISLAMIC MARKETING, vol.10, no.2, pp.476-494, 2019 (ESCI)
- XX. **Maddi Kültürü Anlamak, Ian Woodward**  
TİLTAY M. A.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.11, no.1, pp.177-181, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **Tüketici Davranışı Teorisi Alan Kimliğinin Oluşumuna Yönelik Bir Değerlendirme: Mevcut Durum ve Eğilimler**  
TİLTAY M. A., ŞEN R.  
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, vol.5, no.1, pp.69-122, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- XXII. **Tanzimat Sonrası Osmanlı Toplumunun Tüketim Kalıplarında Meydana Gelen Değişimin Dönemin Romanları Bağlamında Değerlendirilmesi**  
KOYUNCU D. T., TİLTAY M. A.  
Uluslararası Yönetim, Eğitim ve Ekonomik Perspektifler Dergisi, vol.5, no.2, pp.1-19, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIII. **TÜRKİYE'DE KÂR AMAÇSIZ ÖRGÜTLERDE PAZARLAMA ÇALIŞMALARI (1999 – 2015): MERKEZ-ÇEVRE İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA MEVCUT DURUM VE YÖNELİMLER**  
TORLAK Ö., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S., AY U.  
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.0, pp.170-188, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIV. **Türkiye'de Kar Amaçsız Örgütlerde Pazarlama Çalışmaları (1999-2015): Merkez Çevre İlişkisi Bağlamında Mevcut Durumlar ve Yönelimler**  
TORLAK Ö., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S., AY U.  
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, pp.170-188, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XXV. **Türkçe Yazında Diğerkamalık (Özgecilik) Yaklaşımı ve Yönetim Düşüncesine Yansımaları**  
KESKİN U., TİLTAY M. A.  
Türk ve İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi, vol.4, no.10, pp.270-287, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVI. **Bağış Amaçlı Online Ürün Satın Alma: Bağış Motivasyonları ve Online Satın Alma Unsurlarının Satınalma Niyeti Üzerindeki Rolü**  
TİLTAY M. A., ÖZKARA B. Y.  
Business Management Studies: An International Journal, vol.5, no.1, pp.95-114, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVII. **Tüketim: Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü**  
TİLTAY M. A.

- Sosyoloji Konferansları, vol.54, no.2, pp.361-364, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVIII. **Yöneticilerin ve Çalışanların Bakış Açısıyla Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllülerin Motivasyonları**  
BÜYÜK K., İŞLEK M. S., ÇAKMAK M. N., TİLTAY M. A.  
Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.16, no.1, pp.303-323, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIX. **CONSUMPTION: THE SOCIAL TRANSFORMATION OF INDIVIDUAL ACTIVITY**  
TİLTAY M. A.  
ISTANBUL JOURNAL OF SOCIOLOGICAL STUDIES-SOSYOLOJİ KONFERANSLARI, no.54, pp.361-364, 2016 (ESCI)
- XXX. **Individual Donation as a Consumer Behavior: A Focus Group Study in the Context of Volunteering**  
TİLTAY M. A., Torlak O.  
ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ İİBF DERGİSİ-ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, vol.10, no.1, pp.7-30, 2015 (ESCI)
- XXXI. **Bir Tüketici Davranışı Olarak Bireysel Bağış Gönüllü Hizmet Sağlayanlar Üzerinde Bir Odak Grup Çalışması**  
TİLTAY M. A., ÖMER T.  
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, vol.10, no.1, pp.7-30, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXII. **Yardım Kurumlarına Bağışın Sosyal Yönü Özgeci ve Bencil Bağış Motivasyonlarının Gizli Bağış Üzerindeki Etkisi**  
TİLTAY M. A., Ömer T.  
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, vol.1, no.1, pp.23-39, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIII. **The Perception of Institutionalisation of Ethics and Quality of Work Life The Perspective of Turkish Managers**  
TORLAK Ö., TİLTAY M. A., ÖZKARA B. Y., DOĞAN V.  
Social Business, vol.4, no.2, pp.169-180, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXIV. **The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention An Application Concerning Cell Phone Brands for Youth Consumers in Turkey**  
TORLAK Ö., ÖZKARA B. Y., TİLTAY M. A., CENGİZ H., Dülger M. F.  
Journal of Marketing Development and Competitiveness, vol.8, no.2, pp.61-68, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXV. **The Effect of Brand Image and Religious Orientation on the Attitude towards Religious Brand Names A Study on Youth Consumers**  
TORLAK Ö., TİLTAY M. A., DOĞAN V., ÖZKARA B. Y.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.5, no.3, pp.37-46, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXVI. **Pazarlama Teorisi nin Felsefi Temelleri**  
ERDOĞAN B. Z., TİLTAY M. A., KİM ZAN H. S.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.3, no.1, pp.1-28, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXVII. **Pazarlama Teorisi nin Felsefi Temelleri Değişim mi İlişki mi?**  
ERDOĞAN B. Z., TİLTAY M. A., KİM ZAN H. S.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.3, no.1, pp.1-27, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XXXVIII. **The Relationship between Materialistic Attitude, Religious Values, Brand Loyalty and Consumer Ethics**  
TİLTAY M. A., Torlak O.  
TURKISH JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, vol.4, no.1, pp.93-130, 2011 (ESCI)
- XXXIX. **Materyalist Eğilim Dini Değerler Marka Bağlılığı ve Tüketici Ahlakı Arasındaki İlişkiler**  
TİLTAY M. A., TORLAK Ö.  
İş Ahlakı Dergisi, vol.4, no.7, pp.93-130, 2011 (Peer-Reviewed Journal)

## Books & Book Chapters

### I. İnovasyon Yönetimi ve İnovatif İşletmeler

UZKURT C., ÖNDER G., ERDOĞAN B. Z., İŞLEK M. S., TİLTAY M. A.

in: Teknoloji, İnovasyon ve Girişimcilik, UZKURT CEVAHİR, ÖNDER GÖKHAN, Editor, ANADOLU ÜNİVERSİTESİ,

## **Metrics**

Publication: 83

Citation (WoS): 17

Citation (Scopus): 22

H-Index (WoS): 3

H-Index (Scopus): 3

## **Non Academic Experience**

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneęi

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneęi

Eskişehir Sanayi Odası