

Prof. Dr. MUHAMMET ALİ TİLTAY

Kişisel Bilgiler

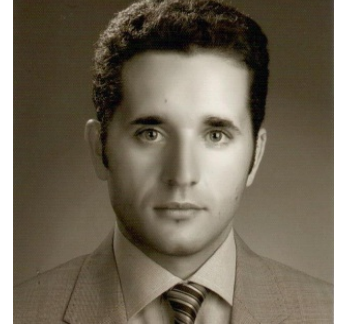
İş Telefonu: [+90 222 239 3750](tel:+902222393750) Dahili: 1760

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

E-posta: matiltay@ogu.edu.tr

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

Posta Adresi: 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



Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: uAyQcq8AAAAJ

ORCID: 0000-0001-7877-8523

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

ScopusID: 57197728343

Yoksis Araştırmacı ID: 15002

Eğitim Bilgileri

Lisans, İstanbul Üniversitesi, Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Sosyoloji, Türkiye 2017 - 2021

Post Doktora, Indiana University-Purdue University at Indianapolis, Lilly Family School of Philanthropy, Amerika Birleşik Devletleri 2015 - 2016

Doktora, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (Dr), Türkiye 2010 - 2014

Yüksek Lisans, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (YI) (Tezli), Türkiye 2009 - 2010

Yüksek Lisans, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim (YI) (Tezli), Türkiye 2006 - 2009

Lisans Yandal, Anadolu Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Türkiye 2003 - 2005

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, İletişim Bölümü, Türkiye 2000 - 2005

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

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

Yüksek Lisans, Materyalist eğilim, dini değerler, marka bağlılığı ve tüketici ahlakı arasındaki ilişkiler, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, İşletme (YI) (Tezli), 2010

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

Araştırma Alanları

Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2018 - Devam Ediyor

Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2015 - 2018

Araştırma Görevlisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2007 - 2015

Akademik İdari Deneyim

MYO Müdürü, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, ESKİŞEHİR MESLEK YÜKSEKOKULU, Esogü Myo, 2019 - 2022

Verdiği Dersler

İLİŞKİSEL PAZARLAMA, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

DİJİTAL PAZARLAMA, Lisans, 2017 - 2018

PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Lisans, 2017 - 2018

YENİLİK YÖNETİMİ, Lisans, 2017 - 2018

STRATEJİ VE PAZARLAMA, Doktora, 2017 - 2018

LİSANSÜSTÜ DANIŞMANLIK, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

NİTEL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ, Doktora, 2017 - 2018

SOSYAL PAZARLAMA, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ, Lisans, 2017 - 2018

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

PAZARLAMA İLETİŞİMİ ARAŞTIRMALARI I, Lisans, 2017 - 2018

PAZARLAMA İLETİŞİMİ ARAŞTIRMALARI II, Lisans, 2017 - 2018

MARKA YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

UZMANLIK ALAN DERSİ, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

RESEARCH METHODS, Lisans, 2017 - 2018

TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ, Doktora, 2017 - 2018

PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Yüksek Lisans, 2017 - 2018

ULUSLARARASI PAZARLAMA, Lisans, 2017 - 2018

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

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.

CURRENT PSYCHOLOGY, cilt.39, sa.1, ss.33-41, 2020 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **İstedigini Öde Kriz Dönemlerinde Alternatif Fiyatlandırma Stratejisi Olabilir mi?**
Dalgıç T., Şaan T., Tiltay M. A.
Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, cilt.11, sa.1, ss.32-55, 2024 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.15, sa.6, ss.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, cilt.8, sa.2, ss.179-207, 2022 (Hakemli Dergi)
- IV. **TÜKETİM RİTÜELİ ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ**
ÇETİN C., TİLTAY M. A.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.15, sa.3, ss.713-746, 2022 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.22, sa.3, ss.911-930, 2022 (Hakemli Dergi)
- VI. **E-POSTA PAZARLAMASI ALANINDA 1950-2019 YILLARI ARASINDA YAPILAN ÇALIŞMALARA YÖNELİK BİR ŞEMATİK YAZIN TARAMASI**
ÇETİN C., TİLTAY M. A.
Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.23, sa.4, ss.1543-1587, 2021 (Hakemli Dergi)
- VII. **A bibliometric overview of the journal of historical research in marketing between 2009 and 2021**
Akpınar A., Çetin C., TİLTAY M. A.
JOURNAL OF HISTORICAL RESEARCH IN MARKETING, cilt.13, sa.3-4, ss.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, cilt.7, sa.1, ss.27-57, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.13, sa.1, ss.994-1015, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.8, sa.2, ss.351-372, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.17, sa.60, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.12, sa.1, ss.53-75, 2021 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Kâr Amaçsız Örgütlerin Web Sayfalarının Müşteri Odaklılık Bağlamında Değerlendirilmesi**
ECE M., TİLTAY M. A.
Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.4, sa.8, ss.197-210, 2020 (Hakemli Dergi)
- 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 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.17, sa.2, ss.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, cilt.25, sa.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, cilt.7, sa.1, ss.331-359, 2020 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Marka Bağlılığına Göre Tüketici Tipolojileri: Toyota Türkiye Hayran Topluluğu Örneği**
TİLTAY M. A., DALGIÇ T.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.221-246, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.10, sa.2, ss.476-494, 2019 (ESCI)
- XX. **Maddi Kültürü Anlamak, Ian Woodward**
TİLTAY M. A.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.11, sa.1, ss.177-181, 2019 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Tüketici Davranışı Teorisi Alan Kimliğinin Oluşumuna Yönelik Bir Değerlendirme: Mevcut Durum ve Eğilimler**
TİLTAY M. A., ŞEN R.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, cilt.5, sa.1, ss.69-122, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.5, sa.2, ss.1-19, 2017 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **TÜRKİYE'DE KÂR AMAÇSIZ ÖRGÜTLERDE PAZARLAMA ÇALIŞMALARINI (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, cilt.0, ss.170-188, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, ss.170-188, 2017 (Hakemli Dergi)
- XXV. **Türkçe Yazında Diğerkamlık (Özgecilik) Yaklaşımı ve Yönetim Düşüncesine Yansımaları**
KESKİN U., TİLTAY M. A.
Türk ve İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.4, sa.10, ss.270-287, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.5, sa.1, ss.95-114, 2017 (Hakemli Dergi)
- XXVII. **Tüketim: Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü**
TİLTAY M. A.
Sosyoloji Konferansları, cilt.54, sa.2, ss.361-364, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.16, sa.1, ss.303-323, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXIX. **CONSUMPTION: THE SOCIAL TRANSFORMATION OF INDIVIDUAL ACTIVITY**
TİLTAY M. A.

- ISTANBUL JOURNAL OF SOCIOLOGICAL STUDIES-SOSYOLOJİ KONFERANSLARI, sa.54, ss.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, cilt.10, sa.1, ss.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, cilt.10, sa.1, ss.7-30, 2015 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.1, sa.1, ss.23-39, 2015 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, sa.2, ss.169-180, 2014 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.8, sa.2, ss.61-68, 2014 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.5, sa.3, ss.37-46, 2013 (Hakemli Dergi)
- XXXVI. **Pazarlama Teorisi nin Felsefi Temelleri**
ERDOĞAN B. Z., TİLTAY M. A., KİMZAN H. S.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.3, sa.1, ss.1-28, 2011 (Hakemli Dergi)
- XXXVII. **Pazarlama Teorisi nin Felsefi Temelleri Değişim mi İlişki mi?**
ERDOĞAN B. Z., TİLTAY M. A., KİMZAN H. S.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.3, sa.1, ss.1-27, 2011 (Hakemli Dergi)
- XXXVIII. **The Relationship between Materialistic Attitude, Religious Values, Brand Loyalty and Consumer Ethics**
TİLTAY M. A., Torlak O.
TURKISH JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, cilt.4, sa.1, ss.93-130, 2011 (ESCI)
- XXXIX. **Materyalist Eğilim Dini Değerler Marka Bağlılığı ve Tüketici Ahlakı Arasındaki İlişkiler**
TİLTAY M. A., TORLAK Ö.
İş Ahlakı Dergisi, cilt.4, sa.7, ss.93-130, 2011 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

I. İnovasyon Yönetimi ve İnovatif İşletmeler

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

Teknoloji, İnovasyon ve Girişimcilik, UZKURT CEVAHİR, ÖNDER GÖKHAN, Editör, ANADOLU ÜNİVERSİTESİ, Eskişehir, ss.57-69, 2020

Metrikler

Yayın: 83

Atıf (WoS): 17

Atıf (Scopus): 19

H-İndeks (WoS): 3

H-İndeks (Scopus): 3

Akademi Dışı Deneyim

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneęi

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneęi

Eskişehir Sanayi Odası