

Prof. Dr. MÜJDAT ÖZMEN

Kişisel Bilgiler

E-posta: mozmen@ogu.edu.tr

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

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Akademik İdari Deneyim

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ, 2015 - Devam Ediyor

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Belief in Environmentalism and Independent/Interdependent Self-Construal as Factors Predicting Interest in and Intention to Purchase Hybrid Electric Vehicles**
DOĞAN V., ÖZMEN M.
CURRENT PSYCHOLOGY, cilt.38, sa.6, ss.1464-1475, 2019 (SSCI)
- II. **Examining the effect of flow experience on online purchase: A novel approach to the flow theory based on hedonic and utilitarian value**
ÖZKARA B. Y., ÖZMEN M., Kim J. W.
JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, cilt.37, ss.119-131, 2017 (SSCI)
- III. **Exploring the relationship between information satisfaction and flow in the context of consumers' online search**
ÖZKARA B. Y., ÖZMEN M., Kim J. W.
COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR, cilt.63, ss.844-859, 2016 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Does being religious or not matter? A qualitative investigation of community fundraising events**
KOCAMAN R., ÖZMEN M., ERDOĞAN B. Z.
Journal of Enterprising Communities, cilt.18, sa.2, ss.265-287, 2024 (ESCI)
- II. **Alternative Marketing Ethics Within the Context of the Madinah Markets and Akhi Organizations: The Anatolian Approach**
Erdoğan B. Z., Torlak Ö., Yılmaz C., Özmen M., İşlek M. S.
TURKISH JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, cilt.13, sa.2, ss.82-102, 2020 (ESCI)
- III. **A Conceptual Model Suggestion Of Flow Experience**
ÖZKARA B. Y., ÖZMEN M.
ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITESI IIBF DERGISI-ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.11, sa.3, ss.71-100, 2016 (ESCI)
- IV. **Akış Deneyimine İlişkin Kavramsal Bir Model Önerisi**

ÖZKARA B. Y., ÖZMEN M.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.11, sa.3, ss.71-100, 2016 (Hakemli Dergi)

- V. **The Relationship of Knowledge Management Market Orientation and Marketing Innovation: A Research on Furniture Industry**

ESKİLER E., ÖZMEN M., Uz Kurt C.

ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ İİBF DERGİSİ-ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.6, sa.1, ss.31-69, 2011 (ESCI)

- VI. **Bureaucratic Governmental Mechanism at Aziz Nesin and Nicolai V. Gogol: The Comparison of Czardom Russia and Turkey According to The Public Choice Theory**

KÜÇÜKKALAY A. M., ÖZMEN M.

ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ İİBF DERGİSİ-ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.5, sa.1, ss.7-23, 2010 (ESCI)

- VII. **Aziz Nesin ve Nikolai V Gogol da Bürokratik Devlet Mekanizması Kamu Tercih Teorisi Bağlamında Çarlık Rusya sını ve Türkiye Karşılaştırması**

KÜÇÜKKALAY A. M., ÖZMEN M.

ESOGU Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.5, sa.1, ss.7-23, 2010 (Hakemli Dergi)

- VIII. **Dimensions of service quality in grocery retailing: a case from Turkey**

Torlak O., Uz Kurt C., ÖZMEN M.

MANAGEMENT RESEARCH REVIEW, cilt.33, sa.5, ss.413-422, 2010 (ESCI)

- IX. **Bilboard Reklamlarının Tüketicilerin Satın Alma Kararına Etkileri**

GÜRBÜZ H., Gültekin Ö., ÖZMEN M.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.10, sa.1, ss.181-210, 2009 (Hakemli Dergi)

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Ritüele Katılımdaki Rollere Göre Tüketici Tipolojileri**
TORLAK Ö., ÖZMEN M., İŞLEK M. S., AY U., TİLTAY M. A.
23. Pazarlama Kongresi, Türkiye, 23 - 27 Temmuz 2018
- II. **Assembling the Ritual: Consumer Experiences in a Diverse Network**
TORLAK Ö., ÖZMEN M., TİLTAY M. A., İŞLEK M. S., AY U.
2017 Association for Consumer Research Conference, Duluth, MN, Amerika Birleşik Devletleri, 26 - 29 Ekim 2017, cilt.45, ss.1062
- III. **Dini Bir Ritüel Olarak Kurban Bayramı: Türkiye Bağlamında Tüketici Deneyimleri**
TORLAK Ö., ÖZMEN M., TİLTAY M. A., AY U., İŞLEK M. S.
22. Pazarlama Kongresi, Trabzon, Türkiye, 28 - 30 Eylül 2017, ss.877-882
- IV. **The Journey of Marketing: From East to West and Back"**
ERDOĞAN B. Z., TORLAK Ö., ÖZMEN M., İŞLEK M. S.
8th Global Islamic Marketing Conference, 3 - 05 Mayıs 2017
- V. **A Qualitative Content Analysis on Complaints of Mass Transportation Customers: A Municipality Case from Turkey**
ÖZMEN M., Paksoy M.
21st World Business Congress, Helsinki, Finlandiya, 4 - 08 Temmuz 2012, cilt.21, ss.453-455
- VI. **A Study about the Relationships Between Being Market Maven and Buying Decision Difficulty Factors**
Torlak O., ÖZMEN M.
16th World Business Congress, Maastricht, Hollanda, 4 - 08 Temmuz 2007, cilt.16, ss.191-196

Metrikler

Yayın: 18

Atif (WoS): 40

Atif (Scopus): 53

H-İndeks (WoS): 3

H-İndeks (Scopus): 3