

Prof. SERKAN AKINCI

Personal Information

Office Phone: [+90 242 310 6402](tel:+902423106402)

Email: sakinci@akdeniz.edu.tr

Web: <https://avesis.akdeniz.edu.tr/sakinci>

Address: Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, A Blok, İşletme Bölümü, Konyaaltı, ANTALYA

International Researcher IDs

ScholarID: feLQGjYAAAAJ

ORCID: 0000-0003-3854-1657

Publons / Web Of Science ResearcherID: A-6873-2014

ScopusID: 8636612400

Yoksis Researcher ID: 128690

Education Information

Doctorate, Akdeniz University, Institute of Social Sciences, İşletme, Turkey 2002 - 2006

Postgraduate, Akdeniz University, Institute of Social Sciences, İşletme, Turkey 2000 - 2002

Undergraduate, Istanbul University, School Of Business, İşletme , Turkey 1991 - 1995

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Professor, Akdeniz University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business, 2019 - Continues

Associate Professor, Akdeniz University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business, 2012 - 2019

Assistant Professor, Akdeniz University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business, 2007 - 2012

Academic and Administrative Experience

Akdeniz University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, 2008 - 2012

Courses

Doctorate

Tüketici Araştırmaları, Doctorate, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

Pazarlama Araştırmaları Semineri, Doctorate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

Postgraduate

Tüketici Davranışı, Postgraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

Pazarlama Araştırmaları, Postgraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016

Undergraduate

Tüketici Davranışı, Undergraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Pazarlama Araştırması, Undergraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

Supervised Theses

AKINCI S., Mobil Bankacılığı Benimsemeye Davranışsal Niyeti Etkileyen Faktörler: Akdeniz Üniversitesi'nde Bir uygulama, Postgraduate, A.ALRAĞIG(Student), 2018

AKINCI S., Tüketicilerin Organik Gıda Tercihleri ve Organik Gıdalara Karşı Tutumlarına Yönelik Bir Uygulama, Postgraduate, S.KVATCHADZE(Student), 2017

AKINCI S., Reklam içeriğinin davranışsal niyetlere tutum aracılığıyla etkisinde çevresel endişenin rolü, Doctorate, B.Nur(Student), 2016

AKINCI S., Reklam içeriğinin satın alma niyetine etkisi : Tutumun ve çevresel endişenin rolü, Doctorate, B.Nur(Student), 2016

AKINCI S., E-posta pazarlamasının, fuar organizasyonu katılımcıları olan KOBİ'lerin davranışsal niyetlerine etkisi, Postgraduate, M.ÖZDEMİR(Student), 2015

AKINCI S., E-Posta pazarlamasının, fuar organizasyonu katılımcıları olan KOBİ'lerin davranışsal niyetlere etkisi, Postgraduate, M.Özdemir(Student), 2015

AKINCI S., Reklama Yönelik Şüphenin Tüketici Tutumlarına Etkisi, Doctorate, A.KIYMALIOĞLU(Student), 2014

AKINCI S., Profesyonel Spor Kulüplerinde Marka İmajını Belirleyen Faktörler, Postgraduate, İ.ÇAKMAK(Student), 2014

AKINCI S., Profesyonel spor klüplerinin marka imajını belirleyen faktörler, Postgraduate, İ.Çakmak(Student), 2014

AKINCI S., Diş Malzemeleri Sektöründe Tüketici Değeri, Postgraduate, D.ALIU(Student), 2010

AKINCI S., Kültürel Değer, Algılanan Değer ve Marka Kişiliği: Türkiye ve Almanya Örneklemelerine Dayalı Bir Uygulama, Postgraduate, P.Derya(Student), 2010

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **The impact of service recovery evaluation on word-of-mouth intention: A moderated mediation model of overall satisfaction, household income and gender**
AKINCI S., AKSOY Ş.
TOURISM MANAGEMENT PERSPECTIVES, vol.31, pp.184-194, 2019 (SSCI)
- II. **Re-assessment of E-S-Qual and E-RecS-Qual in a pure service setting**
AKINCI S., Atilgan-Inan E., AKSOY Ş.
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, vol.63, no.3, pp.232-240, 2010 (SSCI)
- III. **Where does the logistic regression analysis stand in marketing literature? A comparison of the market positioning of prominent marketing journals**
Akinci S., Kaynak E., Atilgan E., Aksoy A.
EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, vol.41, no.5-6, pp.537-567, 2007 (SSCI)
- IV. **Adoption of internet banking among sophisticated consumer segments in an advanced developing country**
Akinci S., Aksoy Ş., Atilgan E.
INTERNATIONAL JOURNAL OF BANK MARKETING, vol.22, no.3, pp.212-232, 2004 (SSCI)
- V. **Airline services marketing by domestic and foreign firms: differences from the customers' viewpoint**

Aksoy S., Atilgan E., Akinci S.

JOURNAL OF AIR TRANSPORT MANAGEMENT, vol.9, no.6, pp.343-351, 2003 (SSCI)

VI. **Mapping service quality in the tourism industry**

Atilgan E., AKINCI S., AKSOY Ş.

Managing Service Quality: An International Journal, vol.13, no.5, pp.412-422, 2003 (SSCI)

Articles Published in Other Journals

- I. **Linking consumer compatibility and bank reputation to intention to use mobile banking**
Kıymahoğlu A., Akıncı S., Alragig A.
MANAGERIAL FINANCE, vol.50, no.2, pp.417-433, 2024 (ESCI)
- II. **ReklamaAd Skepticism: How Does Its Interaction with Ad-Related Factors Affect Persuasion? Role of Celebrity Endorser and Argument Quality** **Yönelik Şüphelerle İlişkili Faktörlerle Şüpheli Etkileşimi İknayı Nasıl Etkiler? Ünlü Kullanımı ve İddia Gücünün Rolü**
Kıymahoğlu A., Akıncı S.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.13, no.1, pp.97-132, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Ad Skepticism: How Does Its Interaction with Ad-Related Factors Affect Persuasion? Role of Celebrity Endorser and Argument Quality**
Kıymahoğlu A., Akıncı S.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.13, no.1, pp.97-132, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Reklam İçeriğinin Satın Alma Niyetine Etkisi: Davranışa Yönelik Tutumun Aracı ve Çevresel Endişenin Düzenleyici Rolü**
ÖZTÜRK B. N., AKINCI S.
BUSINESS AND ECONOMICS RESEARCH JOURNAL, vol.10, no.1, pp.277-296, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Hastanelerin hizmet kalitesi ölçümüne alternatif bir yaklaşım**
AYDIN ÜNAL D., YETKİN ÖZBÜK R. M., AKINCI S.
International Review of Economics and Management, vol.7, no.1, pp.28-48, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Sağlık Bilinci, Çevre Bilinci ve Organik Gıda Bilgisinin Satın Alma Niyetine Organik Gıdalara Yönelik Tutum Aracılığıyla Etkisi**
Kvatchadze S., Akıncı S.
Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi, vol.18, no.37, pp.158-183, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Why Are People Still Using Fixed Phones? The Case of Turk Telekom**
AKSOY Ş., AYDIN ÜNAL D., AKINCI S., Verimli S.
International Journal of Social Science and Humanity, vol.5, pp.496-500, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **How golf players' satisfaction from golf experience predicts their loyalty intentions? Mediating role of perceived value**
Akıncı S., Kıymahoğlu A., Inana E. A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF CULTURE TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH, vol.9, no.2, pp.117-132, 2015 (ESCI)
- IX. **Kruvaziyer Turizmde Turistlerin Tavsiye Niyetlerinde Destinasyon İmajının Etkisi**
Atilgan İnan E., Akıncı S., Kıymahoğlu A., Akyürek S.
EGE AKADEMİK BAKIŞ, vol.11, no.3, pp.487-497, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Türkiye'de Pazarlama Alanında Yapılan Çalışmaların Düşünce Okullarına Göre Sınıflandırılması**
Atilgan İnan E., Akıncı S., Kıymahoğlu A.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.4, pp.83-104, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **A Content Analysis of Factors Affecting New Product Development Process**
ATILGAN INAN E., ASLIHAN B., AKINCI S.
Business and Economics Research Journal, vol.1, no.3, pp.87-100, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Customer-based brand equity for global brands: A multinational approach**
ATILGAN E., AKINCI S., AKSOY Ş., Kaynak E.

Journal of Euromarketing, vol.18, no.2, pp.115-132, 2009 (Scopus)

XIII. Pazarlama Literatüründe Hizmet Kalitesi Kavramının Dünü ve Bugünü

Akncı S., Atılğan E., Aksoy Ş., Büyükkupcu A.

Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.27, no.2, pp.61-82, 2009 (Peer-Reviewed Journal)

XIV. Measuring and mapping customers expectations and perceptions for airlines the Sunexpress case with the gaps model

ATILGAN İNAN E., AKINCI S., AKSOY Ş.

Journal of Global Strategic Management, vol.3, pp.68-78, 2008 (Peer-Reviewed Journal)

XV. Mapping service quality in the tourism industry

ATILGAN İNAN E., AKINCI S., AKSOY Ş.

MANAGING SERVICE QUALITY, vol.13, no.5, pp.413-422, 2005 (Peer-Reviewed Journal)

XVI. Determinants of the brand equity: A verification approach in the beverage industry in Turkey

Atılğan E., AKSOY Ş., AKINCI S.

Marketing Intelligence & Planning, vol.23, no.3, pp.237-248, 2005 (Scopus)

XVII. Pazarlama Araştırmalarında Kategorik Verilerin Haritalanması: Görsel İlişki Analizi ve Uygulama Örneği

AKINCI S., ATILGAN E.

Akdeniz İİBF Dergisi, vol.5, no.9, pp.1-17, 2005 (Peer-Reviewed Journal)

Books

I. Planlı Davranış Teorisi

Akncı S., Kıymalıoğlu A.

in: Pazarlama Teorileri, Yağcı M.İ., Çabuk S., Editor, Media Cat Kitapları, İstanbul, pp.385-418, 2014

II. Ölçme ve Ölçekleme

AKINCI S.

in: Pazarlama Araştırması, Doç. Dr. Ayşe Şahin, Yrd. Doç. Dr. Burak Kartal, Editor, Lisans Yayıncılık, pp.127-148, 2011

Papers Published in Refereed Scientific Meetings

I. Customer Satisfaction in Airport Retailing

AKSOY Ş., AKINCI S., KIYMALIOĞLU A., ÖZTÜRK B. N., AYDIN ÜNAL D.

International Research Conference on Business and Economics, Semarang, Indonesia, 28 - 30 June 2013, pp.44-54

II. Implementation of Services Marketing Strategies for Airlines: A Case Study

AKSOY Ş., ATILGAN İNAN E., AYDIN ÜNAL D., AKINCI S.

International Conference on Social Science, Şanghai, China, 14 - 17 August 2012, pp.21-28

III. Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Operatörü Değişirme Niyeti

Akncı S., Atılğan-İnan E., Öztürk B. N., AYDIN ÜNAL D., Kıymalıoğlu A.

16. Ulusal Pazarlama Kongresi, İstanbul, Turkey, 22 - 25 November 2011, pp.120-125

IV. The Effects of Service Attributes on Customer Outcomes in All-Inclusive Package Tours

AKINCI S., ATILGAN İNAN E., AKSOY Ş., ALBAYRAK T., CABER M.

International Conference on Business and Information, Bangkok, Thailand, 6 - 09 July 2011, pp.30-34

V. Attitudes of Consumers towards Private Label Products

KIYMALIOĞLU A., Atılğan-Inan E., AKINCI S.

20th Annual World Business Congress of the International-Management-Development-Association, Poznan, Poland, 3 - 07 July 2011, vol.20, pp.140-145

VI. Türkiye'de pazarlama alanında yapılan çalışmaların düşünce okullarına göre sınıflandırılması

ATILGAN İNAN E., KIYMALIOĞLU A., AKINCI S.

15. Ulusal Pazarlama Kongresi, Aydın, Turkey, 26 - 29 October 2010, pp.95-109

VII. A Descriptive Study of Determinants Concerning Physician Preference of Pharmaceutical Marketing

ATILGAN İNAN E., AKINCI S., KIYMALIOĞLU A., ERDOĞAN AKTAN H.

Ankara University International Conference on Marketing and Entrepreneurship, Antalya, Turkey, 6 - 09 April 2009, pp.828-836

VIII. Corporate Social Responsibility: Cases in Turkey

KIYMALIOĞLU A., ATILGAN İNAN E., AKINCI S.

Strategic Management Conference, Antalya, Turkey, 21 - 23 June 2007, pp.906-914

IX. Havayolu Hizmetlerinde Yerli ve Yabancı Firmalar Açısından Müşteri Profilleri ve Beklentileri

AKSOY Ş., ATILGAN E., AKINCI S.

7. Ulusal Pazarlama Kongresi, Afyonkarahisar, Turkey, 30 May - 02 June 2002, pp.95-113

Metrics

Publication: 34

Citation (WoS): 201

Citation (Scopus): 729

H-Index (WoS): 5

H-Index (Scopus): 8

Awards

AKINCI S., Akdeniz Üniversitesi 2011 Yılı Teşvik Ödülü, Akdeniz Üniversitesi, July 2011