

Prof. Dr. SERKAN AKINCI

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 242 310 6402](tel:+902423106402)

E-posta: sakinci@akdeniz.edu.tr

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

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: feLQGjYAAAAJ

ORCID: 0000-0003-3854-1657

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

ScopusID: 8636612400

Yoksis Araştırmacı ID: 128690

Eğitim Bilgileri

Doktora, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Türkiye 2002 - 2006

Yüksek Lisans, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Türkiye 2000 - 2002

Lisans, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme , Türkiye 1991 - 1995

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2019 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2012 - 2019

Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2007 - 2012

Akademik İdari Deneyim

Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 2008 - 2012

Verdiği Dersler

Tüketici Davranışı, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

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

Pazarlama Araştırması, Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
Pazarlama Araştırmaları, Yüksek Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016
Tüketici Araştırmaları, Doktora, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016
Pazarlama Araştırmaları Semineri, Doktora, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

Yönetilen Tezler

AKINCI S., Mobil Bankacılığı Benimsemeye Davranışsal Niyeti Etkileyen Faktörler: Akdeniz Üniversitesi'nde Bir Uygulama, Yüksek Lisans, A.ALRAĞIG(Öğrenci), 2018
AKINCI S., Tüketicilerin Organik Gıda Tercihleri ve Organik Gıdalara Karşı Tutumlarına Yönelik Bir Uygulama, Yüksek Lisans, S.KVATCHADZE(Öğrenci), 2017
AKINCI S., Reklam içeriğinin davranışsal niyetlere tutum aracılığıyla etkisinde çevresel endişenin rolü, Doktora, B.Nur(Öğrenci), 2016
AKINCI S., Reklam içeriğinin satın alma niyetine etkisi : Tutumun ve çevresel endişenin rolü, Doktora, B.Nur(Öğrenci), 2016
AKINCI S., E-posta pazarlamasının, fuar organizasyonu katılımcıları olan KOBİ'lerin davranışsal niyetlerine etkisi, Yüksek Lisans, M.ÖZDEMİR(Öğrenci), 2015
AKINCI S., E-Posta pazarlamasının, fuar organizasyonu katılımcıları olan KOBİ'lerin davranışsal niyetlere etkisi, Yüksek Lisans, M.Özdemir(Öğrenci), 2015
AKINCI S., Reklama Yönelik Şüphenin Tüketici Tutumlarına Etkisi, Doktora, A.KIYMALIOĞLU(Öğrenci), 2014
AKINCI S., Profesyonel Spor Kulüplerinde Marka İmajını Belirleyen Faktörler, Yüksek Lisans, İ.ÇAKMAK(Öğrenci), 2014
AKINCI S., Profesyonel spor kulüplerinin marka imajını belirleyen faktörler, Yüksek Lisans, İ.Çakmak(Öğrenci), 2014
AKINCI S., Diş Malzemeleri Sektöründe Tüketici Değeri, Yüksek Lisans, D.ALIU(Öğrenci), 2010
AKINCI S., Kültürel Değer, Algılanan Değer ve Marka Kişiliği: Türkiye ve Almanya Örneklemelerine Dayalı Bir Uygulama, Yüksek Lisans, P.Derya(Öğrenci), 2010

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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, cilt.31, ss.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, cilt.63, sa.3, ss.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, cilt.41, sa.5-6, ss.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, cilt.22, sa.3, ss.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, cilt.9, sa.6, ss.343-351, 2003 (SSCI)
- VI. **Mapping service quality in the tourism industry**
Atilgan E., AKINCI S., AKSOY Ş.
Managing Service Quality: An International Journal, cilt.13, sa.5, ss.412-422, 2003 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Linking consumer compatibility and bank reputation to intention to use mobile banking**
Kıymalıoğlu A., Akıncı S., Alragig A.
MANAGERIAL FINANCE, cilt.50, sa.2, ss.417-433, 2024 (ESCI)
- II. **Reklama Yönelik Şüphe: Reklamla İlişkili Faktörlerle Şüphe Etkileşimi İknayı Nasıl Etkiler? Ünlü Kullanımı ve İddia Gücünün Rolü**
Kıymalıoğlu A., Akıncı S.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.13, sa.1, ss.97-132, 2021 (Hakemli Dergi)
- III. **Ad Skepticism: How Does Its Interaction with Ad-Related Factors Affect Persuasion? Role of Celebrity Endorser and Argument Quality**
KIYMALIOĞLU A., AKINCI S.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.13, sa.1, ss.97-132, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.10, sa.1, ss.277-296, 2019 (Hakemli Dergi)
- V. **Hastanelerin hizmet kalitesi ölçümüne alternatif bir yaklaşım**
AYDIN ÜNAL D., YETKİN ÖZBÜK R. M., AKINCI S.
International Review of Economics and Management, cilt.7, sa.1, ss.28-48, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.18, sa.37, ss.158-183, 2018 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.5, ss.496-500, 2015 (Hakemli Dergi)
- VIII. **How golf players' satisfaction from golf experience predicts their loyalty intentions? Mediating role of perceived value**
Akıncı S., Kıymalıoğlu A., Inana E. A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF CULTURE TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH, cilt.9, sa.2, ss.117-132, 2015 (ESCI)
- IX. **Kruvaziyer Turizmde Turistlerin Tavsiye Niyetlerinde Destinasyon İmajının Etkisi**
Atılğan İnan E., Akıncı S., Kıymalıoğlu A., Akyürek S.
EGE AKADEMİK BAKIŞ, cilt.11, sa.3, ss.487-497, 2011 (Hakemli Dergi)
- X. **Türkiye'de Pazarlama Alanında Yapılan Çalışmaların Düşünce Okullarına Göre Sınıflandırılması**
Atılğan İnan E., Akıncı S., Kıymalıoğlu A.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.4, ss.83-104, 2011 (Hakemli Dergi)
- XI. **A Content Analysis of Factors Affecting New Product Development Process**
ATILGAN INAN E., ASLIHAN B., AKINCI S.
Business and Economics Research Journal, cilt.1, sa.3, ss.87-100, 2010 (Hakemli Dergi)
- XII. **Customer-based brand equity for global brands: A multinational approach**
ATILGAN E., AKINCI S., AKSOY Ş., Kaynak E.
Journal of Euromarketing, cilt.18, sa.2, ss.115-132, 2009 (Scopus)
- XIII. **Pazarlama Literatüründe Hizmet Kalitesi Kavramının Dünü ve Bugünü**
Akıncı S., Atılğan E., Aksoy Ş., Buyukkupcu A.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.27, sa.2, ss.61-82, 2009 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Measuring and mapping customers expectations and perceptions for airlines the Sunexpress case with the gaps model**
ATILGAN INAN E., AKINCI S., AKSOY Ş.
Journal of Global Strategic Management, cilt.3, ss.68-78, 2008 (Hakemli Dergi)

- XV. **Mapping service quality in the tourism industry**
ATILGAN İNAN E., AKINCI S., AKSOY Ş.
MANAGING SERVICE QUALITY, cilt.13, sa.5, ss.413-422, 2005 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Determinants of the brand equity: A verification approach in the beverage industry in Turkey**
Atilgan E., AKSOY Ş., AKINCI S.
Marketing Intelligence & Planning, cilt.23, sa.3, ss.237-248, 2005 (Scopus)
- XVII. **Pazarlama Araştırmalarında Kategorik Verilerin Haritalanması: Görsel İlişki Analizi ve Uygulama Örneği**
AKINCI S., ATILGAN E.
Akdeniz İİBF Dergisi, cilt.5, sa.9, ss.1-17, 2005 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Planlı Davranış Teorisi**
Akıncı S., Kıymalıoğlu A.
Pazarlama Teorileri, Yağcı M.İ., Çabuk S., Editör, Media Cat Kitapları, İstanbul, ss.385-418, 2014
- II. **Ölçme ve Ölçekleme**
AKINCI S.
Pazarlama Araştırması, Doç. Dr. Ayşe Şahin, Yrd. Doç. Dr. Burak Kartal, Editör, Lisans Yayıncılık, ss.127-148, 2011

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- 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, Endonezya, 28 - 30 Haziran 2013, ss.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, Çin, 14 - 17 Ağustos 2012, ss.21-28
- III. **Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Operatörü Değişirme Niyeti**
Akıncı S., Atılğan-İnan E., Öztürk B. N., AYDIN ÜNAL D., Kıymalıoğlu A.
16. Ulusal Pazarlama Kongresi, İstanbul, Türkiye, 22 - 25 Kasım 2011, ss.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, Tayland, 6 - 09 Temmuz 2011, ss.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, Polonya, 3 - 07 Temmuz 2011, cilt.20, ss.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, Türkiye, 26 - 29 Ekim 2010, ss.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, Türkiye, 6 - 09 Nisan 2009, ss.828-836
- VIII. **Corporate Social Responsibility: Cases in Turkey**
KIYMALIOĞLU A., ATILGAN İNAN E., AKINCI S.
Strategic Management Conference, Antalya, Türkiye, 21 - 23 Haziran 2007, ss.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, Türkiye, 30 Mayıs - 02 Haziran 2002, ss.95-113

Metrikler

Yayın: 34

Atıf (WoS): 201

Atıf (Scopus): 729

H-İndeks (WoS): 5

H-İndeks (Scopus): 8

Ödüller

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