

Doç. Dr. UMUT KUBAT DOKUMACI

Kişisel Bilgiler

E-posta: umutkubat@akdeniz.edu.tr

Web: <https://www.umutkubat.com>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-2299-9199

Publons / Web Of Science ResearcherID: I-9766-2017

Yoksis Araştırmacı ID: 108102

Eğitim Bilgileri

Doktora, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Türkiye 2007 - 2013

Yüksek Lisans, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Türkiye 2004 - 2007

Yüksek Lisans, Akdeniz Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği, Türkiye 2001 - 2004

Lisans, Ege Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Gıda Mühendisliği, Türkiye 1997 - 2001

Yaptığı Tezler

Doktora, Çift kültürlerde kültürleşme, kültürel açıdan simgesel markalar ve marka tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesinde reklam dilinin rolü, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, 2013

Yüksek Lisans, İmalat sektöründe iş değerleri ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, 2007

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2018 - 2019

Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2017 - 2018

Yrd. Doç. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme, 2014 - 2017

Araştırma Görevlisi Dr., Koç Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, İşletme, 2014 - 2014

Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği, 2002 - 2005

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

I. **Crossing the cultural divide through bilingual advertising: The moderating role of brand cultural symbolism**

Kubat U., Swaminathan V.

INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING, cilt.32, sa.4, ss.354-362, 2015 (SSCI)

II. **How, When, and Why Do Attribute-Complementary versus Attribute-Similar Cobrands Affect Brand**

Evaluations: A Concept Combination Perspective

Swaminathan V., Gurhan-Canli Z., Kubat U., Hayran C.

JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH, cilt.42, sa.1, ss.45-58, 2015 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **SOSYAL GÜÇ VE ANTROPOMORFİZMİN VARLIKLARA VERİLEN DEĞERE ETKİSİ**
Dokumaci E. U. K.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.15, sa.3, ss.747-772, 2022 (Hakemli Dergi)
- II. **Küresel Tüketici Kültürü Temelinde Kültürleşme Ve Kişisel İstekler: Genç Yetişkinlerden Bulgular**
Dokumaci E. U. K., Yaras E.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.15, sa.1, ss.1-28, 2022 (Hakemli Dergi)
- III. **Do all, or only some personality types engage in spreading negative WOM? An experimental study of negative WOM, big 5 personality traits and brand personality**
Swaminathan V., KUBAT DOKUMACI U.
JOURNAL OF GLOBAL SCHOLARS OF MARKETING SCIENCE, cilt.31, sa.3, ss.260-272, 2021 (ESCI)
- IV. **Sosyal Medyada Pazarlama Çabalarının Tüketici Tarafından Algılanmasının Marka İlişkilerine ve Ödeme İstekliliğine Etkisi**
MOHAMED R., KUBAT U.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 2021 (Hakemli Dergi)
- V. **The Effects of Consumer Self-referencing and Brand Type on Brand Attitude In Online Advertising**
KUBAT U., Abubakar Ahmed İ.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.12, sa.2, ss.343-366, 2020 (Hakemli Dergi)
- VI. **Digital Possessions, Extrinsic Aspirations, and the Role of Gender**
KUBAT U.
Journal of Internet Applications and Management, cilt.9, sa.1, ss.5-18, 2018 (Hakemli Dergi)
- VII. **Attitudes towards a Socially Responsible Brand: Effects of Product Type, Anticipated Guilt, and The Role of Gender Identity**
KUBAT U.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 2017 (Hakemli Dergi)
- VIII. **An Examination of the Relationship Among Personal Values, Perceived Value of Education and Satisfaction**
KUBAT U.
International Journal of Business and Management Studies, cilt.3, sa.1, ss.407-420, 2011 (Hakemli Dergi)
- IX. **İş Değerleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Yapısal Denklem Modelleme Yaklaşımı**
KUBAT U., Kuruüzüm A.
Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt.15, sa.3, ss.487-505, 2010 (Hakemli Dergi)
- X. **An Examination of the Relationship between Work Values and Personality Traits in Manufacturing Industry**
KUBAT U., Kuruüzüm A.
International Journal of Business and Management, cilt.1, sa.1, ss.37-48, 2009 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Uzay Turizminde Tutundurma Faaliyetleri**
KUBAT DOKUMACI U.
Uzay Turizmi, Apaydın Fahri, Editör, Nobel, ss.81-105, 2022
- II. **İlaç Pazarlaması**

KUBAT U.

Sektörlerde Stratejik Pazarlama, Apaydın,Fahri, Editör, Nobel, ss.103-126, 2021

III. Sosyal Medyada Şikayet Yönetimi

KUBAT U.

Müşteri Şikayet Yönetimi, Fahri Apaydın, Editör, Nobel Akademik, ss.139-158, 2020

IV. Consumer – Brand Relationships in Turkey.

Merdin-Uygur E., KUBAT U., GURHAN CANLI Z.

Marketing Management in Turkey, Öztürkcan A., Yolbulan-Okan E., Editör, Emerald Ink Publishing, Bingley, ss.143-164, 2018

V. The Impact of Brand Personality and Independence on Brand Evaluations among Biculturals

KUBAT U.

Financial Environment and Business Development, Bilgin M.H., Danis H., Demir E., Can U., Editör, Springer-Verlag , Basel, ss.525-536, 2017

VI. İknanın Ayrıntılı İnceleme Olasılığı Modeli

KUBAT U., AKSOY Ş.

Pazarlama Teorileri, Yagci İ., Cabuk S., Editör, Mediacat, İstanbul, ss.499-528, 2014

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. The Impact of Independence and Brand Personality on Brand Evaluations Among Biculturals

KUBAT U.

FINANCIAL ENVIRONMENT AND BUSINESS DEVELOPMENT, 27 - 29 Mayıs 2015, cilt.4, ss.525-536

II. Brand Interactions in Social Media, The Role of Personality Traits.

KUBAT U.

21st Marketing Congress, Kütahya, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2016, ss.207-215

III. Power, Self-Construal, and Brand Preferences

KUBAT U., Swaminathan V.

West East Institute Barcelona Conference, Barselona, İspanya, 7 - 09 Mart 2016, ss.1-12

IV. The Role of Cultural Identity on Energy Saving Behavior

KUBAT U., GURHAN CANLI Z.

West East Institute Barcelona Conference, Barselona, İspanya, 7 - 09 Mart 2016, ss.12-24

V. How Temporal Considerations Affect Pro-Environmental Behavior: The Role of Norms

KUBAT U.

11th ICMIT Conference (International Conference on Management of Innovation and Technology, İstanbul, Türkiye, 11 Aralık 2015, ss.15-26

VI. The Impact of Brand Personality and Independence on Brand Evaluations among Biculturals

KUBAT U.

16th EBES Conference, İstanbul, Türkiye, 27 - 29 Mayıs 2015, ss.444-467

VII. Power and Product Preferences Examining the Role of Self-Construal and Consumption Setting on Purchase Behavior

KUBAT U., Swaminathan V.

Winter AMA, San Antonio, Amerika Birleşik Devletleri, 13 - 15 Şubat 2015, ss.1-2

VIII. Putting Environmental Awareness into Consumer Attitudes and Behavior

KUBAT U., GURHAN CANLI Z.

Association for Consumer Research, North American Conference, Baltimore, Amerika Birleşik Devletleri, 23 - 26 Ekim 2014, ss.1

IX. Acculturation, Brand Cultural Symbolism and the Role of Advertising Language on Brand Evaluations

KUBAT U., Swaminathan V.

35th ISMS Marketing Science Conference, İstanbul, Türkiye, 11 - 13 Temmuz 2013, ss.11-12

X. Biculturals and Brand Preferences

KUBAT U., Swaminathan V.

Consumer Brand Relationships Conference, Boston, Amerika Birleşik Devletleri, 15 - 17 Mayıs 2013, ss.1-2

XI. Acculturation, Brand Personality and Brand Preferences

KUBAT U., Swaminathan V.

Association for Consumer Research, North American Conference, Vancouver, Kanada, 4 - 07 Ekim 2012, ss.1-2

Metrikler

Yayın: 31

Atf (WoS): 21

Atf (Scopus): 27

H-İndeks (WoS): 2

H-İndeks (Scopus): 2

Kongre ve Sempozyum Katılımı Faaliyetleri

PAAYS 2017, Katılımcı, Antalya, Türkiye, 2017

PAAYS, Davetli Konuşmacı, Antalya, Türkiye, 2017

Burslar

Doktora Tezi Araştırma Bursu, Fulbright Programı, 2011 - Devam Ediyor

Öğrenim Bursu, Avrupa Birliği Komisyonu, 2008 - Devam Ediyor

Ödüller

KUBAT DOKUMACI U., Best Paper Award, Academics World, Aralık 2015