

## ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Nimet Uray

Unvanı : Prof. Dr.

### Öğrenim Durumu

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	İşletme Mühendisliği	İstanbul Teknik Üniversitesi	1983
Y. Lisans	İşletme Mühendisliği	İstanbul Teknik Üniversitesi	1985
Doktora	İşletme-Pazarlama	Boğaziçi Üniversitesi	1992

### Akademik Unvanlar

<b>Yardımcı Doçent:</b>	İ.T.Ü İşletme Mühendisliği	1993-1996
<b>Doçent</b>	: İ.T.Ü İşletme Mühendisliği	1996-2003
<b>Profesör</b>	: İ.T.Ü İşletme Mühendisliği	2003-2018
<b>Profesör</b>	: Kadir Has Üniversitesi	Ocak 2018 -

Doçent unvanını aldığı tarih: 1996

### Yönetilen Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri (tamamlanmış)

Yüksek Lisans Tezleri	Tamamlanan
Yüksek Lisans Tezleri	27
Doktora Tezleri	Tamamlanan
Doktora Tezleri	12

### Yayımlar

#### Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler

Tosun P, Sezgin S. and Uray N., "Consumer Complaining Behavior in Hospitality Management", *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 06.June.2021, (with P.Tosun & S.Sezgin), (Forthcoming) (SSCI)

Aydin G, Uray N, Silahtaroglu G. How to Engage Consumers through Effective Social Media Use— Guidelines for Consumer Goods Companies from an Emerging Market. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 2021; 16(4):768-790. <https://doi.org/10.3390/jtaer16040044> (SSCI)

Petek Tosun, Merve Yanar, Selime Sezgin & **Nimet Uray** (2020) Meat Substitutes in Sustainability Context: A Content Analysis of Consumer Attitudes, *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, DOI: [10.1080/08974438.2020.1840475](https://doi.org/10.1080/08974438.2020.1840475)

Can Akkan; Melis Almula Karadayi; Yeliz Ekinci; Füsün Ülengin; **Nimet Uray**; Elif Karaosmanoğlu (2020), Efficiency analysis of emergency departments in metropolitan areas, *Socio-Economic Planning Sciences*, 69, 100679 (SSCI)

Tosun, P, Sezgin, S, **Uray, N.** (2018). MOOD, CONSUMER INTERACTION STYLES, AND PERCEIVED RISK IN CONSUMER COMPLAINING BEHAVIOR. *Journal of Business Economics and Finance*, 7 (1), 30-43.

Duran, C, **Uray, N.** (2018). MANAGING AND MEASURING CUSTOMER EXPERIENCE: A LITERATUR REVIEW. *Research Journal of Business and Management*, 5 (1), 63-72.

Akdogan, C, **Uray, N** , Ulengin, B . (2018). DETERMINING THE RIGHT MARKETING-RELATED METRICS TO MAXIMIZE PROFITABILITY IN BANKING. *Journal of Business Economics and Finance*, 7 (1), 44-63. DOI: 10.17261/Pressacademia.2018.794

Ekinci, Y., **N. Uray**, F. Ülengin, & C. Duran (2018), “A Segmentation Based Analysis for Measuring Customer Satisfaction in Maritime Transportation,” *Transport*,33 (1), 104-118. (SCI)

Nacar, R. & **N. Uray** (2015), “Assessing International Market Segmentation Approaches: Related Literature at a Glance and Suggestions for Global Companies,” *Journal of Management, Marketing, and Logistics*, 2 (4), 337-358.

Kılıç, A. S. & **N. Uray** (2015), “Electricity Supplier Switching: A Conceptual Model Based On Migration Theory,” *Journal of Business, Economics, and Finance*, 4 (3), 568-599.

Ekinci, Y., **N. Uray**, & F. Ulengin (2014), “A Customer Lifetime Value Model for the Banking Industry: A Guide to Marketing Actions,” *European Journal of Marketing*, 48 (3/4), 17-17. (SSCI)

Ekinci, Y., F. Ulengin, **N. Uray**, & B. Ulengin (2014), “Analysis of Customer Lifetime Value and Marketing Expenditure Decisions through a Markovian-Based Model,” *European Journal of Operational Research*, 237 (1), 278-288. (SSCI)

Ekinci, Y., F. Ulengin, & **N. Uray** (2014), “Using Customer Lifetime Value to Plan Optimal Promotions,” *Service Industries Journal*, 34 (2), 103-22. (SSCI)

Tokman, Mert, A.Banu Elmadag, **N. Uray**, & Richey R. Glenn, (2007), “Exploring the Development of Supply Chain International Joint Ventures,” *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 37 (6), 442-453. (SSCI)

**Uray, N.** & F. Ülengin (2005), “Adoption of Information Technology in Supply Chain Management: Experiences of Turkish Firms,” *Journal of Transnational Management*, 10 (2), (Scopus)

**Uray, N.** & F. Ülengin (2004), “Logistics Organization Dilemma: Turkish Managers’ Perspectives,” *Journal of Euromarketing*, 13 (1), 27-50.

**Uray, N. & S. Burnaz** (2003), “An Analysis Of The Portrayal Of Gender Roles In Turkish TV Advertisements,” *Sex Roles: A Journal of Research*, 48 (1/2), 77-88. (SSCI)

**Ülengin, F. & N. Uray** (1999), “Current Perspectives in Logistics: Turkey as a Case Study,” *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 29, 22-49. (SSCI)

**Uray, N. & A. Dedeoğlu** (1997), “Identifying Fashion Clothing Innovators by Self-Report Method,” *Journal of Euromarketing*, 6 (3), 27-46.

**Uray, N. & B. Menguc** (1996), “Testing the Cross-Cultural Generalizability of the Scale of Attitudes Toward Marketing and Consumerism,” *Journal of International Consumer Marketing*, 9 (2), 65-92. (Scopus)

### **Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında Basılan Bildiriler**

1. **N. Uray**, G. Aydın, G. Silahtaroğlu, M. Anitsal, How To Shine Through The Masses On Social Media: A Content Analysis Of Posts İn Online Brand Communities, *48th Emac 2019*, Hamburg, 28.05.2019 - 31.05.2019
2. Ekinci, Y., & **N.Uray** (2016), “The Role Of Technology Transfer Offices in Innovation Success of Organizations : Perceptions of The Stakeholders”, The Symposium on Production Research with International Participation: UAS 2016, Istanbul, Turkey, October 12-14.
3. Börekci, E., S. Sezgin, G. G. Salman, & **N. Uray** (2015), “Strategic Insights for the Global Companies: A Study on Consumer Attitudes Towards Counterfeits of Luxury Fashion Goods,” 2015 Global Fashion Management Conference, Florence, Italy, June 25-28, 2015.
4. Nacar, R. & **N. Uray** (2015), “Global Consumption Orientations of Turkish Consumers: An Identity Perspective,” 24th World Business Congress, Famagusta, North Cyprus.
5. Demirbas, E., **N. Uray**, & G. G. Salman (2014), “An Integrative Model on the Factors Affecting Consumer’s Satisfaction, Trust and Repurchase Intention in Online Shopping,” 23rd Annual World Business Congress, Ankara, Turkey, June 24-28
6. Vardar, N., **N. Uray**, & R. Nacar (2012), “Marketing Motives of Turkish MNCs with Outward FDI into EU: The Preliminary Results of an Empirical Research,” EPI 2012 Conference, June 18-19, University of Parma, Italy.
7. Vardar, N., **N. Uray**, & R. Nacar (2012), “An Empirical Study on Turkish EMNCs’ Outward FDI Motives into the EU and Their Marketing Related Underlying Dimensions,” 38th EIBA Annual Conference, 8-10 December, University of Sussex, Brighton, United Kingdom.
8. **Uray, N.**, N. Vardar, R. Nacar, & C. Aktan (2011), “Do Turkish MNCs with Outward FDI into Europe Have Different Motives than Other EMNCs? - An International Marketing Focus,” 37th EIBA Annual Conference, December, 8-10 2011, Academy of Economic Studies, Bucharest, Romania.
9. Ekinci, Y., **N. Uray**, & F. Ülengin (2011), “Determinants and Use of Customer Lifetime Value: The Case of Turkish Banking Industry,” 20th World Business Congress, July 3-7, Poznan, Poland.
10. Eren, G., S. Burnaz, & **N. Uray** (2010), “Advertising Value of Mobile Marketing Activities and Consumer Attitudes,” Global Marketing Conference, 9-11 September 2010, Tokyo, Japon.

11. Nacar, R. & **N. Uray** (2010), "Personal and Product Related Antecedents of Consumers' Intention to Generate Online Pirate Product: A Proposed Model," IMDA, 19th World Business Congress, July 20-25, Konya- Turkey.
12. Dalkılıç, Çağla B., G. Ulubaşoğlu, & **N. Uray** (2010), "An Investigation of Consumer Decision-Making Styles of Young Consumers: Turkey versus Italy," IMDA, 19th World Business Congress, July 20-25, Konya-Turkey.
12. **Uray, N.** & G. Ulubasoglu (2007), "Analysis of On line Information Source Usage: A Comparison of Light Users and Heavy Users," The 16th World Business Congress, IMDA, Maastricht, July 4-8.
13. **Uray, N.**, O. Eldas, & S. Burnaz (2007), "Content Analysis of Web Site as the Communication Medium: Does the Culture Matter?," The 16th World Business Congress, IMDA, Maastricht, July 4-8.
14. Tokman, Mert, A. B. Elmadag, **N. Uray**, & R. Glenn Richey (2006), "Exploring the Development of Supply Chain International Joint Ventures," Society of Marketing Advances, Nashville, US, July. **(Runner-up winner for the Stern and El-Ansary Best paper Award at the Supply Chain Management and Industrial Distribution (SCMID) Symposium)**
15. Ulubasoglu, G., A. Egesoy, & **N. Uray** (2005), "The Impact of Internet As a Source of WOM on Buying Process of Consumers," 12th Biennial World Marketing Congress, July 6-9, Munster-Germany.
16. Konuş, U. & **N. Uray** (2005), "Consumer Perceived Utility of the Product Attributes as a Tool in Strategic Marketing Decisions: An Implementation in Turkish Beer Market," 14th Annual World Business Congress, July 14-18, Granada.
17. Konuş, U. & **N. Uray** (2004), "Role of Different Analysis Methods in Segmenting Markets: The Case of Financial Services," Thirteenth Annual World Business Congress, Global Business: Coping With Uncertainty, July 14-18, Maastricht, The Netherlands.
18. Ulubasoglu, G., **N. Uray**, & S. Burnaz (2004), "Adoption of Internet Banking by Turkish Customers: Profile of Adopters vs Nonadopters," 4th Annual Conference in Atlantic City, New Jersey, March 28-31.
19. Burnaz, Ş, **N. Uray**, B. Ataman, & B. Elmadağ (2003), "Analysis of Advertising Content: A Cross Cultural Comparison of American, German and Turkish Advertisements," Ninth Cross-Cultural Research Conference, December 10-14, Rose Hall, Jamaica (Bildiriler CD'si: 7 sayfa)
20. **Uray, N.** & F. Ülengin (2002), "Integration versus Disintegration in Logistics Activities: Perspectives of Turkish Firms," Proceedings of Eleventh World Business Congress, Antalya, July 10-14, 887-894.
21. **Uray, N.** (2002), "Marketing Strategies and Export Performance," New Trends for Business Excellence, Joint Seminar: Istanbul Technical University-Berlin Technical University, October 10-11, Istanbul, 119-131
22. Orbay, B. & **N. Uray** (2001), "Advertising Choice of the Firms: A Game Theoretic Approach," Proceedings of 10th Biennial Academy of Marketing Science World Marketing Congress, June 28-July 11, Cardiff.
23. **Uray, N.** & S. Burnaz (2001), "Information Content in TV Advertising: A Comparative Analysis of German and Turkish TV Commercials," Proceedings of 10th Biennial Academy of Marketing Science World Marketing Congress, June 28-July 1, Cardiff.

24. **Uray, N.** (2001), "Export Market Research Orientation and Export Performance: The Case of Turkish Textile Industry," Joint Seminar: Berlin Technical University- Istanbul Technical University, March 9-13, Berlin-Germany.
25. Mengüç, B., G. Whitwell, & **N. Uray** (2000), "Effects of Environmental Uncertainty on Organizational Search Activity in High-Tech Markets," Proceedings of ANZMAC 2000, Visionary Marketing for the 21st Century: Facing the Challenge, November 28-Aralık 1, 816-822.
26. Ülengin, F. & **N. Uray** (2000), "The Role of Technology in Marketing and Supply Chain Management Interaction," Proceedings of Third International Meeting for Research in Logistics, May 9-11, Quebec-Canada.
27. Sezgin, S, **N. Uray**, & S. Burnaz (1998), "Marketing Strategies of the Turkish Clothing Firms Exporting to EU", Proceedings of Globalization, The International Firm and Emerging Economies, Celal Bayar University, Michigan State University and Wayne State University, May 27-31 ,1998, Çeşme-Turkey.
28. Ülengin, F. & **N. Uray** (1998), "Logistics and its Functional Interfaces in Turkey," Proceedings of the Second International Meeting for Research in Logistics & Second International Meeting for Research in Logistics, January 27-28 , Marseille, France, 241-257.
29. **Uray N** & Mengüç B. (1995), "Testing the Cross-Cultural Generalizability of the Scale of Attitudes Toward Marketing and Consumerism", Proceedings of the Fourth Annual World Business Congress, Istanbul , 13-16 , July 1995, p.132-140.
30. **Uray N.** (1993), "Adopter – Nonadopter Categories for Automated Teller Machines", Proceedings of The Sixth Bi-Annual International Conference of the Academy of Marketing Science, July 15-19, p.17-23.
31. Sezgin S. & **Uray N.** (1993), "Brand Loyalty and Brand Switching Behavior in Margarine Sector of Turkey", (S.Sezgin ile) , Proceedings of The Sixth Bi-Annual International Conference of the Academy of Marketing Science, July 15-19, p.24-29.
32. Sezgin S. & **Uray N.** (1993), "The Problems Faced By Small and Medium Sized Firms in The Textile Sector of Turkey at the Gate of EEC", Proceedings of The Sixth Bi-Annual International Conference of the Academy of Marketing Science, July 15-19, p.29-33.

### **Yazılan Uluslararası Kitaplar veya Kitaplarda bölümler**

1. Nacar, R. & **Uray, N.**, (2016). The Challenge of International Market Segmentation in Emerging Markets. In N. Zakaria, A.-N. Abdul-Talib & N. Osman (eds.), Handbook of Research on Impacts of International Business and Political Affairs on the Global Economy, pp. 42-61. Hershey, PA, USA: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-4666-9806-2.
2. Menguc B. & **N.Uray.**, (2015), "An Extended Model of Consumer Knowledge Assessment: A Cross-National Study" Global Perspectives in Marketing for the 21st Century : : Part of the series Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science, Editör: Ajay K. Manrai, H. Lee Meadow, Springer, 148-157
3. Nacar, R., Burnaz, Ş., & **Uray, N.**, (2013). Culture and Websites Interaction: Issues and Perspectives. In B. Christiansen, N. Williams & E. Turkina (eds.), Cultural and Technological Influences on Global Business, pp. 316-351. Hershey, PA, USA: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-4666-3966-9.ch017.

4. **Uay, N., Vardar, N., & Nacar, R.,** (2012). International Marketing Related Outward FDI Motives: Turkish MNCs' Experience in the EU. In R. v. Tulder, A. Verbeke, & L. Voinea (eds.), Progress in International Business Research: New Policy Challenges for European Multinationals (Vol. 7, pp. 305-338). UK: Emerald Group Publishing Limited

5. **Sezgin, S., Uray, N., & Burnaz, S.** (2000). Marketing practices and performance of the turkish clothing industry firms exporting to the european union. In Globalization, the Multinational Firm, and Emerging Economies (pp. 163-190). Emerald Group Publishing Limited.

## **Ulusal Kitap ve Kitap Bölümleri**

1. **Burnaz Ş. & Uray N.,**(2011), “İlişkisel Pazarlamada Müşteri ile İletişimin Değişen Yapısı: Sosyal Medyanın Rolü Uzerine Bir Değerlendirme”, Pazarlama, İşletme Yönetimi ve Eğitiminde Seçilmiş Yazılar – Prof.Dr. Selime Sezgin’e Armağan, (Editörler : N.Uray, Ş.Burnaz, E. Karaosmanoğlu, B.Elmadağ Baş, G.Ulubaşoğlu, C.Aktan, M.Demiray), Beta Basım A.Ş., ISBN-978-605-377-598-0,İstanbul, s.23-35

2. **Ulubaşoğlu G.,C.Aktan & N.Uray.,**(2011),” Tüketiciler Neden Organik Gıda Satın Almıyor? : Değer Merdiveni Yaklaşımıyla Bir Analiz”, Pazarlama, İşletme Yönetimi ve Eğitiminde Seçilmiş Yazılar – Prof.Dr. Selime Sezgin’e Armağan, (Editörler : N.Uray, Ş.Burnaz, E.Karaosmanoğlu, B. Elmadağ Baş, G. Ulubaşoğlu, C. Aktan, M. Demiray), **Beta Basım A.Ş.**, Yayın No: 2576, Armağan Dizisi: 12, İstanbul. S. 207-224.

3. **Uray N & Burnaz Ş.,**(2007), “ Pazarlama ile Üretim – Araştırma-Geliştirme-Tasarım Etkileşimi: Rekabet Üstünlüğü’ne Giden Yol’, Prof.Dr.Sutku Gözlü’ye Armağan, **Çağlayan Basımevi**, ISBN:975-561-287-4,İstanbul

4. **Orbay B. & Uray N.,**(2006), “Firmaların Reklam Türü Seçimi : Oyun Kuramsal Bir Yaklaşım”, Prof.Dr.Yücel Candemir’e Armağan, **Cenkler Matbaacılık**, İstanbul

5. **Uray N. Ve Burnaz Ş.**( 2001),“Reklamcılıkta Content (İçerik) Analizinin Yeri: Kadın ve Erkek Karakterlerin Profili “, Nezih Neyzi: Anı Kitap, **Pazarlama ve Kamuoyu Araştırmacıları Derneği**, s.220-231

6. **Sezgin S.,Uray N., Elmadağ B., Başar A. & Karaosmanoğlu E.** (2000),“Süpermarketlerden Alışveriş Davranışı ve Mağaza İçi Promosyonun Etkisi : Carrefour Örneği”, Ayhan Toraman’ a Armağan Kitabı, s.167-190.

7. **Özkale, L., Sezgin, S., Uray, N., & Ülengin, F.** (1991) Pazarlama Stratejileri ve Karar Alma Mekanizmaları, **İletişim Yayıncılık**, İstanbul,

## **Editörlük**

**Pazarlama, İşletme Yönetimi ve Eğitiminde Seçilmiş Yazılar : Prof.Dr. Selime Sezgin’e Armağan**,Beta Yayınları,2011,İstanbul (Ş.Burnaz, E.Karaosmanoğlu, B.Elmadağ Baş, G.Ulubaşoğlu, C.Aktan, M.Demiray ile birlikte)

## **Ulusal Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler**

1. **Karaosmanoğlu, E., R. Nacar, & N. Uray** (2016), “Websiteleri Firmalara Ne Kazandırabilir? Websitesi Kalitesi, Tüketici-Odaklı Marka Değeri ve Satınalma Eğilimi Arasındaki İlişki,” Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,16 (1),159-173.

2. Nacar, R. & N. Uray (2015), "Assessing International Market Segmentation Approaches: Related Literature at a Glance and Suggestions for Global Companies," *Journal of Management, Marketing, and Logistics*, 2 (4), 337-358.
3. Nacar, R. & N. Uray (2015), "Küresel ve Yerel Tüketici Kimliğinin Küresel Tüketim Eğilimine Etkisi," *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7 (2), 166-188.
4. Nacar, R. & N. Uray (2014), "Küresel Tüketici Kültürü Kavramıyla Birlikte Değişen Pazar Bölümlendirme Yaklaşımları: Uluslararası Pazarlama Literatürüne Bakış," *Yalova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,
5. Ulubaşoğlu G. & N. Uray, (2009), "Teknolojik Gelişmelerin Tüketici Bilgi Arama Davranışı Üzerine Etkisi: Bir Model Önerisi", *İTÜ Dergisi/d*, 8 (4),13-22.
6. Egesoy A.,& N.Uray., (2009)," Teknoloji Tabanlı Etkileşimlerin Servis Sağlayıcı-Müşteri ilişkilerine olan değiştirici etkileri", *İTÜ Dergisi/d*, 8 (4),49-59.
7. Candır K., & N.Uray,(2008), "Müşteri Karar Sürecine Dahil Olma Düzeyi ve Performansa Etkisi", 1(5), ", *İTÜ Dergisi/d*, 67-77.
8. Uray, N. & F. Ülengin (1999), "Lojistik ve Teknoloji Etkileşiminin Ulaştırma ve Taşımacılık Faaliyetleri Üzerindeki Etkisi: Türkiye Gerçeği," *İktisat Dergisi*, Kasım, 28-38

#### **Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler**

1. Nacar, R. & N. Uray (2015), "Tüketici Kimliğinin Küresel Tüketime Etkisi," 20. *Ulusal Pazarlama Kongresi*, 10-13 Haziran 2015, Eskişehir
2. Nacar, R. & N. Uray (2015),"Global İşletmeler Pazarda Neyi, Nasıl Bölmeli? Artıları ve Eksileriyle Uluslararası Pazar Bölümlendirme Yaklaşımları," *Global İşletme Araştırmaları Kongresi*, Işık Üniversitesi, 4-5 Haziran.
3. Ekinci Y., N. Uray, F.Ulengin & C.Duran,, (2014), "Denizyolu Ulaşımında Müşteri Memnuniyeti Analizi : İstanbul Örneği", *III. Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi*, 15-17 Mayıs, Trabzon, 18-28.
4. Ulubaşoğlu, G. & N. Uray (2008), "Organik Gıda Satın Alma Davranışının Altında Yatan Temel Güdüler: Değer Elde Etme Yaklaşımı," *13. Ulusal Pazarlama Kongresi*, Çukurova Üniversitesi, Adana, 261-271.
5. Uray, N. & S. Burnaz (2000), "Reklamda Bilgi İçeriği ve Yaratıcı Strateji: Türkiye Almanya Karşılaştırması," *6. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı*, 28 –30 Haziran, Erzurum, 303-313.
6. Uray, N. & S. Burnaz (2000), "Reklamda Kadın Erkek Rol Yapılarındaki Değişim: 1978-1997," *5. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı*, 16-18 Kasım, 425-446. **(En iyi bildiri seçilmiştir)**
7. Sezgin S., Uray N. & Burnaz Ş.(1993), "Hedef Pazar Olarak Kadınların Aile İçi Satın Alma Karar Yapısı ve Yaşam Biçimi Bölümlenmesi", *3. Ulusal Yönetim Kongresi*, Eskişehir, 1993
8. Sezgin S., Uray N. & Kuruoğlu Ş. (1993), "The ATM's at the Start of the 21 st Century: A Productivity Paradox" International Conference on Business and Economic Development in the Middle Eastern and Mediterranean Countries, July 5-7, İstanbul

9. Uray N. (1987),“Reklamların Ekonomik ve Sosyal Etkileri”, *XI. Ulusal Yöneyim Araştırması Kongresi Bildiri Kitabı*, No. VIII, s.74-91.

### **Diğer yayınlar (Abstract, Poster & Kısa Kitap Bölümü , Makale)**

1. Mengüç B., & Uray N. (2015) The Influence of Prior Experience on Amount of Search and Search Correlates: A Study for Computer Search Behavior of Industrial Firms. In: Ford J., Honeycutt, Jr. E. (eds) Proceedings of the 1998 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham. (kısa kitap bölümü,makale)
2. Mengüç B., & Uray N. (2015) Revisiting the Moderating Effects of Discount Size, Purchase Situation, and Store Name on the Perceived Value of Price Through Semantic Cues: Further Empirical Evidence from Turkey. In: Manrai A., Meadow H. (eds) Global Perspectives in Marketing for the 21st Century. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham (kısa kitap bölümü, makale )
- 3.Nacar, R, B. Kaplan, N. Uray, & N. Vardar (2013), “The Moderating Role of Host Country Selection in EU for Direct Investment of Turkish MNCs,” 42nd Annual EMAC Conference, 4-7 July 2013, İstanbul.
- 4.Ulengin, F., Y. Ekinci, & N. Uray (2012), “How to Determine Optimum Promotions through CLV Maximization: A Case study in a Turkish Bank,” Euro 2012, 8-11 July 2012, Vilnius, Lithuania.
- 5.Ekinci, Y., N. Uray, & F. Ulengin (2012), “Modelling Customer Life Time Value in the Retail Banking Context,” TUB-ITU Joint Conference, 11-14 January 2012, Berlin
6. Ekinci, Y., Uray, N. & Ulengin, F. (2011), “Müşteri Yaşamboyu Değeri Aracılığıyla Optimal Promosyon Kararlarının Belirlenmesi”, YAEM 2011, Temmuz 4-6, Sakarya, Turkey.
- 7.Karaosmanoğlu, E., S. Sezgin, & N. Uray (2004), “The Role of Market Actors in Turkey with Respect to Consideration for Sustainable Environment,” American Marketing Association Marketing and Public Policy Conference, University Park Marriot, South Lake
- 8.Ülengin, F. & N. Uray (2001), “The Role of IT in Supply Chain Management: The Case of Turkey”, EURO 2001: European Conference on Operational Research, July 9-11, Rotterdam, Holland.
- 9.Ülengin F. & Uray N. (1998)“ Logistics and Its Interfaces : The Case of Turkey”, METU, International Conference on Economics, Eylül 9-12, Ankara, s.140. ( Türkçe)
- 10.Uray, N. & S. Burnaz (1999), "Sex Role Portrayals in Turkish TV Advertisements," Joint Seminar: Berlin Technical University- Istanbul Technical University, November 11-12, Istanbul-Turkey.

### **Projeler**

1. Uray, N., Ulengin B.& Ulengin, F (2020 ---), “Pazarlama ve Tüketici Odaklı Faktörlerin Binek Otomobil Firmalarının Performansı Üzerindeki Dinamik Etkilerinin Analitik Modellerle İncelenmesi”, Tübitak-1001( **Yürütücü**)
- 2.Uray N.,Vardar N., Nacar R. ve Kaplan B.,(2010-2012), **Tubitak-Cost Projesi, COST IS 0905** : The Emergence of Southern Multinationals and Their Impact on Europe, (**Uluslararası Proje-Yürütücü**)



3. **Uray N.**, ve Ekinci Y., (2009-2011) Müşteri Yaşamboyu Değerinin (MYD) Ölçümüne İlişkin Model Geliştirilmesi: Finans Sektörü Uygulaması, 00432.STZ.2009-2 nolu **Santez Projesi** (**Yürütücü**).
4. **Uray N.** ve Ekinci Y., (2012), Analysis of Customer Lifetime Value: Development of Alternative Models, **ITU BAP Projesi**, No: 34228 .(**Yürütücü**)
5. **Uray N.**, ve Kılıç S.A. , Elektrik Tedarikçisi Değişirme Davranışını Etkileyen Faktörler: Ticari Müşteriler Üzerine Bir Model, **İTÜ BAP**, Şubat 2014- ( **Yürütücü**)
6. Uray N. Ve Duran C. Teknolojinin Müşteri Deneyimine Etkisi : Çok Kanallı Hizmet İşletmelerinde Analiz, **İTÜ BAP**, Mart 2012- (**Yürütücü**)
7. **Uray N.** ve Nacar R., Cross-Cultural Market Segmentation Based on Cultural, Ethnic, and Consumption Related Factors, **İTÜ BAP** , Mart 2012- (**Yürütücü**)
8. **Uray N.** ve Ulubaşoğlu G. (2007-2008),”Teknolojik Gelişmelerin Tüketici Bilgi Arama Davranışı Üzerine Etkisi: Bilgi Arama Üzerine Bir Model Önerisi” , İ.T.Ü Bilimsel Araştırma ve Geliştirme Destekleme Programı Projeleri (**Yürütücü**)
9. **Uray N.** ve Egesoy A.,(2007-2008),”Bankacılıkta Kullanılan Teknolojilerin Bireysel Bankacılık Müşterilerinin Bankalarıyla Olan İlişkilerine Etkisinin Araştırılması” **İ.T.Ü Bilimsel Araştırma ve Geliştirme Destekleme Programı Projeleri** (**Yürütücü**)
10. **Uray N.**, Burnaz Ş. ve Ulubaşoğlu G., (2006),”Bimpaş Dağıtım Kanalı Üyelerinin Firma İle İlişkileri :Tatmin ve Beklentilerinin Ölçümü”, **İ.T.Ü Döner Sermaye Projesi**, (**Yürütücü**)
11. **Uray N.**, Burnaz Ş.,Elmadaga B., Ataman B. ve Karaosmanoğlu E., (2001-2003),” Türk , Alman ve Amerikan Reklamlarının Tipolojisi : Kültürlerarası Bir Karşılaştırma” , **İTÜ Araştırma Fonu** (**Yürütücü**)
12. Sezgin S., **Uray N.**, ve Burnaz Ş.,( 1998-1999), “ AB Pazarında Hazır Giyim Firmalarının Uyguladıkları Pazarlama Stratejileri ve Gümrük Birliğinin Etkisi”, **İTU Araştırma Fonu Destekli Proje** (**Araştırmacı**)
13. Pepsi Tat Testi” , (1996) PepsiCo International , **İ.T.Ü Döner Sermaye Projesi** ,1996 (**Araştırmacı**)

## **İdari Görevler**

### **Kadir Has Üniversitesi**

2018- Kadir Has Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Bölüm Başkanı  
2015-2018 Kadir Has Üniversitesi, İşletme Böl. Dış Değerlendirme Komitesi üyesi

### **İ.T.Ü**

2012-2018 İ.T.Ü Etik Kurul Üyesi  
2014-2017 İ.T.Ü Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurul Üyesi  
2014-2018 İ.T.Ü İşletme Fakültesi , Fakülte Kurulu Üyesi, Profesör Temsilcisi  
2008-2018 İ.T.Ü İşletme Fakültesi Üniversite-Sanayii İşbirliği Komisyonu Üye/Bşk

2001-2018	İ.T.Ü İşletme Fak.İşletme Müh. Bölümü Akreditasyon çalışmaları kapsamında 3 komisyon üye/bşk.
2000-2001	
2006-2008	İ.T.Ü. İşletme Fakültesi Yönetim Kurulu Üyeliği
2002- 2006	İ.T.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yüksek Lisans Programı Koordinatörü
2002-2007	İ.T.Ü İşletme Fakültesi İşletme Mühendisliği Bölüm Başkan Yard.
2003-2007	İ.T.Ü İşletme Fakültesi İşletme Mühendisliği Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Ana Bilim Dalı Başkanlığı (*)
1994-1997	İ.T.Ü. Dil ve İnkılap Tarihi Bölümü Başkan Yardımcısı
1995-1996	İ.T.Ü. İşletme Fakültesi Fakülte Kurulu Üyeliği
1999-2001	I.T.U İşletme Fakültesi Tanıtım Komisyonu Başkanı

(\*) I.T.Ü de Anabilim Dallarının kaldırılmasının ardından Pazarlama Çalışma Grubu Başkanı olarak görev yapmıştır.

## HAKEMLİK

### Uluslararası ve Ulusal Dergiler

Dergi	İndeks
Journal of International Marketing	SSCI
Journal of Service Management	SSCI
European Management Journal	SSCI
Sex Roles : A Research Journal	SSCI
Journal of Euromarketing	EBSCOhost Products; Emerald Management Reviews; vb.
Journal of Management, Marketing and Logistics	EBSCO, EconLit, ProQuest vb.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi	Asos Index, Eurasian Scientific Journal Index, SIS - Scientific Indexing Services
Boğaziçi Journal	Asos Index, EBSCOHost ve Elsevier Geo Abstracts
Doğuş Üniversitesi Dergisi	Ulakbim,Asos, Econlit,Ebscohost vb.
Ege Akademik Bakış	Ulakbim,EconLit,Ebscho vb.
Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi	Ulakbim,IBSS,EconLit,EbscoHost vb.

## **Uluslararası ve Ulusal Konferanslar**

### **Uluslararası Konferans**

European Marketing Academy (EMAC) Conferences  
EIBA (European International Business Academy) Conference  
Academy of Marketing Science Congress, World Congress  
MDA, World Business Congress,

Global İşletmecilik Kongresi, 2015-2016

9<sup>th</sup> International Conference : New Perspectives in Tourism Management, September, 25-27 2014, Burhaniye-Türkiye

Nineth International Conference on Corporate and Marketing Communications (CMC), University of Warwick, Nisan 5-6, 2004.

### **Ulusal Konferans**

Ulusal Pazarlama Kongresi

Ulusal İşletmecilik Kongresi

UAS

## **Bilimsel ve Mesleki Yarışmalarda Hakemlik**

1. Sürdürülebilirlik Akademisi Sürdürülebilirlik İş Ödülleri Jüri Üyesi **2019-2020-2021**)
2. 21.Ulusal Pazarlama Kongresi, Ödül Seçici Jürisi, Ekim,2016 (PPAD tarafından belirlenmiştir)
3. Türkiye Araştırmacılar Derneği (TÜAD), Baykuş Ödülleri 2015, Jüri Üyesi, Ağustos 2016
4. Türkiye Araştırmacılar Derneği (TÜAD), Baykuş Ödülleri 2015, Jüri Üyesi, Ağustos 2015
5. EFFIE AWARDS Türkiye, Reklam Etkinliği 2015 Yarışması, Jüri Üyesi, Nisan-Mayıs 2015
6. Türkiye Araştırmacılar Derneği (TÜAD), Baykuş Ödülleri 2014, Jüri Üyesi, Eylül,2014

## **Davetli Konuşmacı/Panel Konuşmacısı (Seçilmiş Örnekler)**

- 1.Panel, “Müşteri Memnuniyetin Ölçümlenmesi “Avrupa Piyasalarında Regülasyon Örnekleri” Çalıştayı, Elder,12 Mayıs 2017, Ankara
- 2.“Araştırma Rapor Yazım Teknikleri”, TUAD ( Türkiye Araştırmacılar Derneği,) Ağustos, 2016.
- 3.Çalıştay: “Farklı Sektörlerde Hizmet Kalitesi Ölçümü ve Ölçek Geliştirme Sürecine Bakış,” Global Business Research Congress, Işık University, 4-5 Haziran, 2015.
- 4.“Marketing and Production”, (2016), Davetli Oturum Bşk., UAS, 12-14 Ekim.
- 5.“Pazarlamada İstatistikle Fark Yaratmak”, İstatistikçiler Derneği ve M.Ü.İstatistik ve Ekonometri Araştırma ve Uygulama Merkezi, 13.5.2008.

## **Eđitim Seminerleri/ Sertifika Programlarına Katkı (Seçilmiş Örnekler)**

1. Moda Pazar Araştırması ve Tahminleme , (2016) **İ.T.Ü -LC WAİKİKİ Kurumsal Akademi**, Sertifika Prog.
2. Reklam ve Promosyon, (2016), **İ.T.Ü -LC WAİKİKİ Kurumsal Akademi**, Sertifika Prog.
3. Pazarlama Araştırmaları Konusunda Farklı Seminerler, (1997 - 2002), **TÜAD**
4. Pazarlama ve Satış ,(2005), AB Meslek Edindirme Programı, **Boğaziçi Üniversitesi**
5. Pazarlama Yönetimi, (2005), Sertifika Programı, **İTÜ- Tübitak-MAM**
6. Pazarlama Karar Alanları ve Planlama , (2003) **Erdemir Çelik Servis Sanayi ve Ticaret A.Ş.**,
7. “Pazarlama Yönetimi”, **İ.T.Ü-T.C.Deniz Kuvvetleri Komutanlığı**, İşletme Yöneticiliđi Sertifika Programı

## **Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlara Üyelikler**

1. Academy of Marketing Science
2. European International Business Academy
3. European Marketing Academy
4. TÜAD – Türkiye Araştırmacılar Derneği

## **Ödüller**

1. TÜAD- Türkiye Araştırmacılar Derneği, **Onur Üyeliği Ödülü** , 2016
2. İ.T.Ü 2014 yılı En Başarılı Doktora Tezi Ödülü, 9 Haziran 2015. ( **Tez Danışmanı Teşekkür Belgesi**)