

Prof. ELİF EROĞLU HALL

Personal Information

Office Phone: [+90 222 335 0580](tel:+902223350580)

Fax Phone: [+90 222 335 0580](tel:+902223350580)

Email: eleroglu@anadolu.edu.tr

Web: <https://avesis.anadolu.edu.tr/eleroglu>

Address: Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi

International Researcher IDs

ScholarID: -Lh6cwoAAAAJ

ORCID: 0000-0001-9086-0132

Publons / Web Of Science ResearcherID: V-3337-2017

ScopusID: 57164306700

Yoksis Researcher ID: 53267

Education Information

Post Doctorate, University of Nevada, Reno, College of Business, United States Of America 2012 - 2013

Doctorate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), Turkey 2004 - 2009

Postgraduate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (YI) (Tezli), Turkey 1999 - 2003

Undergraduate, Eskisehir Osmangazi University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 1995 - 1999

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, Tersine Toplumsallaşma Teorisinin Oluşturulması Açısından Bir Model Kurgusu: Ana Babanın Satın Alma Kararlarına Ergen Etkisi Üzerine Bir Uygulama, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), 2009

Postgraduate, Elektronik Ticaret ve Eskişehir'xxde Metal Eşya, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere (KOBİ'xxlere) Yönelik Bir Araştırma, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (YI) (Tezli), 2003

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Courses

Doctorate

Uzmanlık Alan Dersi, Doctorate, 2018 - 2019

Seminer, Doctorate, 2018 - 2019

Postgraduate

Perakende Yönetimi, Postgraduate, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2018 - 2019
Dönem Projesi , Postgraduate, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020
Uzmanlık Alan Dersi, Postgraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2013 - 2014
Tez, Postgraduate, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Undergraduate

Pazarlamaya Giriş, Undergraduate, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022
Pazarlama Yönetimi , Undergraduate, 2023 - 2024, 2022 - 2023
Pazarlama İlkeleri , Undergraduate, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019
Pazarlama İlkeleri, Undergraduate, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014
İşletmecilik Uygulamaları, Undergraduate, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
Marketing Management, Undergraduate, 2016 - 2017, 2015 - 2016
Topluma Hizmet Uygulamaları, Undergraduate, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
Pazarlama Yönetimi, Undergraduate, 2015 - 2016
Principles of Marketing, Undergraduate, 2014 - 2015
Genel İşletme, Undergraduate, 2013 - 2014, 2011 - 2012
Introduction to Business, Undergraduate, 2013 - 2014
Pazarlama, Undergraduate, 2011 - 2012

Supervised Theses

Eroğlu Hall E., Sohbet robotlarının (Chatbots) pazarlamada kullanımı: Çevrim içi tüketicilerin sohbet robotlarına yönelik tutumlarının incelenmesine yönelik bir araştırma, Postgraduate, A.BULUT(Student), 2022
Eroğlu Hall E., Ülke imajının sağlık hizmet kalitesi ve davranışsal niyetler üzerindeki etkisinde zenosentrizm, kozmopolitizm ve fiyatın rolü, Doctorate, O.İZMİR(Student), 2021
Eroğlu Hall E., Menşe ülke ve tüketici zenosentrizminin Türk markalı ürünler satın alma niyeti üzerindeki etkisi: Kerkük üzerine bir uygulama, Postgraduate, G.SABAH(Student), 2020
Eroğlu Hall E., Girişimlerde yeni ürün geliştirme süreci: Akıllı ev güvenlik sistemleri alanında uygulama, Postgraduate, M.UZUN(Student), 2019

Advising Graduates (Non-Thesis)

Eroğlu Hall E., Marka Kişiliğinin Marka Sadakatine Etkisi: Apple Markası Örneği, Masters (Non-Thesis), B.Betül(Student), 2024
Eroğlu Hall E., Sosyal Medya Reklamlarının Tüketici Davranışlarına Etkisi, 2023., Masters (Non-Thesis), E.Karadağ(Student), 2023
Eroğlu Hall E., Viral Pazarlamanın Tüketicilerin Anlık Satın Alma Kararı Üzerindeki Etkisi, Masters (Non-Thesis), M.Güneş(Student), 2023
Eroğlu Hall E., Pazarlama Stratejisinin Stratejik Yönetim Araçlarıyla Belirlenmesi ve Makina İmalat Sektöründe Uygulaması, Masters (Non-Thesis), E.Çiçek(Student), 2022
Eroğlu Hall E., Kişilerdeki Umut Seviyesinin Çevresel Endişe ve Çevreci Satın Alım İlişkisindeki Düzenleyici Rolü, Masters (Non-Thesis), E.Sarıoğuz(Student), 2022
Eroğlu Hall E., Covid-19 Pandemi Döneminin Online Alışverişlerde Gıda Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisinin İncelenmesi, Masters (Non-Thesis), T.Özkır(Student), 2021
Eroğlu Hall E., Dijital Pazarlamada YouTube Reklamlarının Etkisi: YouTuber'lar Üzerinde Bir Uygulama, Masters (Non-Thesis), B.Kara(Student), 2021
Eroğlu Hall E., Hizmet Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Pazarlama Üzerindeki Etkisi ve Bireysel Bankacılık Sektöründe Hizmet Pazarlaması, Masters (Non-Thesis), A.Burçin(Student), 2020

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

I. The Role of Religion and Acculturation in the Consumer Ethnocentrism of Turkish Immigrants in Germany

Sevim N., Eroğlu Hall E., Abu-Rayya H. M.

RELIGIONS, vol.7, no.3, 2016 (AHCI)

Articles Published in Other Journals

I. Investigating the effect of consumer xenocentrism on purchase intention for foreign products

Eroğlu Hall E., Sevim N., Najmaldin G. S., Karamaşa .

STRATEGIC MANAGEMENT, 2024 (ESCI)

II. The Conceptualization of Country Image: A Qualitative Approach

İzmir O., Eroğlu Hall E., Sevim N.

Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, vol.21, no.2, pp.160-194, 2023 (Peer-Reviewed Journal)

III. Deneyimsel Tüketim Bakış Açışıyla Kalite, Algılanan Değer, Tatmin ve Sadakat Zincirinin İncelenmesi: Üüncü Dalga Kahve Tüketimi

İZMİR O., EROĞLU HALL E., SEVİM N.

Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, vol.14, no.1, pp.294-310, 2023 (Peer-Reviewed Journal)

IV. The Effect of Country Image on Behavioral Intentions: Parallel Mediation Effects of Product and Service Quality

İZMİR O., EROĞLU HALL E., SEVİM N.

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.16, no.1, pp.165-190, 2023 (Peer-Reviewed Journal)

V. Çevrimii Tüketicilerin Sohbet Robotlarına (Chatbots) Yönelik Tutumları

Eroğlu Hall E., Sevim N., Bulut A.

EKEV AKADEMİ DERĐİSİ, vol.26, no.91, pp.33-53, 2022 (Peer-Reviewed Journal)

VI. Country of Origin Effect in Consumers Purchase of Turkish Products: The Case of Iraq- Kirkuk

EROĞLU HALL E., SEVİM N., Sabah Najmaldın G.

THE JOURNAL OF ACADEMIC SOCIAL SCIENCE STUDIES, vol.15, no.90, pp.403-420, 2022 (Peer-Reviewed Journal)

VII. Antecedents of Country-of-Origin Image and Its Effect on Behavioral Intentions

İZMİR O., SEVİM N., EROĞLU HALL E.

Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.14, no.1, pp.189-234, 2022 (Peer-Reviewed Journal)

VIII. Yalın Girişimlerde Yeni Ürün Geliştirme Süreci: Akıllı Ev Güvenlik Sistemleri Üzerine Bir Uygulama

Sevim N., Eroğlu Hall E., Uzun M.

Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, vol.1, no.1, pp.65-94, 2019 (Peer-Reviewed Journal)

IX. Pazarlama Perspektifinden Mesleki Ve Teknik Eğitim Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin İyileştirilmesine Yönelik Bütüncül Bir Yaklaşım

Karakaya Ö., Eroğlu Hall E., Sevim N.

International Social Sciences Studies Journal, vol.5, no.44, pp.5071-5094, 2019 (Peer-Reviewed Journal)

X. Analysis of The Extended Technology Acceptance Model in Online Travel Products

SEVİM N., Yüncü D., EROĞLU HALL E.

İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, vol.8, no.2, pp.45-61, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

XI. Evaluation of Halal Food Purchase Intention in Germany

EROĞLU HALL E., SEVİM N.

International Journal of Contemporary Applied Sciences., vol.4, no.9, pp.1-19, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

XII. Halal Food Consumption Intention by Turkish Immigrants

EROĞLU HALL E., SEVİM N.

International Journal of Business and Management Invention, vol.5, no.11, pp.36-40, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

- XIII. **Consumer Acculturation Perspective of Immigrants and Tourists**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences, vol.5, no.4, pp.126-139, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **Ethnocentric Behaviors of Migrant Groups The Impact Of Acculturation Ethnic Identity And Religion**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
The Macrotheme Review A multidisciplinary journal of global macro trends, vol.4, no.4, pp.158-166, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Role of Demographics and Generations on Consumer Ethnocentrism of Turkish Immigrants in Germany**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
International Journal of Business and Social Research, vol.5, no.9, pp.65-78, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **Evaluation of Websites Quality Using Fuzzy TOPSIS Method**
ALPTEKİN N., EROĞLU HALL E., SEVİM N.
International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, vol.5, no.8, pp.221-242, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **Almanya da Yaşayan Türk Göçmenlerin Perakendeci Seçim Sürecinde Dil Tercihinin Etkisi**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.7, no.1, pp.133-155, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XVIII. **Ranking Determinants on Quality of Online Shopping Websites Using Integrated Entropy and TOPSIS Methods**
ALPTEKİN N., EROĞLU E., SEVİM N.
International Journal of Business and Social Science, vol.6, no.4(1), pp.37-49, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **Consumer Trust Impact on Online Shopping Intent**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, vol.5, no.2, pp.19-28, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **The Changing Shopping Culture: Internet Consumer Behavior**
Eroğlu E.
Review of Business Information Systems, vol.18, no.1, pp.35-40, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **Effects of Turkish Teens Over Family Purchase of Various Products**
ASLAN E., KARALAR R.
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, no.29., pp.149-162, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XXII. **Tersine Toplumsallaşma Hipotezinin Kavramsal Olarak İncelenmesi ve Ergenlerin Ailelerin Teknolojik Ürün Satın Alımı Sürecine Etkileri**
ASLAN E.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.2, no.2, pp.1-27, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIII. **The Regulation of Large Retail Firms in Turkey A Game Theory Based Analytical Model**
ASLAN M., ASLAN E.
Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.4, no.8, pp.89-106, 2008 (Peer-Reviewed Journal)

Books

- I. **Teknolojik Dönüşümün Pazarlamaya Etkisi: Dijital Pazarlama**
Eroğlu Hall E.
Nisan Yayınları, Eskişehir, 2024
- II. **The Role of Demographic Characteristics and Motivational Components of Consumers Using Chatbots**
Eroğlu Hall E., Sevim N., Bulut A.
in: Current Marketing Studies, AKGÜN ZUHAL, Editor, Livre de Lyon, Lyon, pp.1-25, 2024
- III. **İşletmelerde Üretim ve AR-GE**

- Eroğlu Hall E., Sevim N.
in: Genel İşletme, Bayram Zafer Erdoğan, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.142-175, 2023
- IV. **İşletmelerde Üretim ve AR-GE**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
in: Genel İşletme, ERDOĞAN BAYRAM ZAFER, Editor, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, pp.143-167, 2023
- V. **Menşe Ülke ve Tüketici Zenosentrizminin Satın Alma Kararlarına Etkisi**
Sevim N., Eroğlu Hall E., Najmaldın G. S.
in: Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Teori ve Araştırmalar , Erdem Sarıkaya, Editor, GECE KİTAPLIĞI, Ankara, pp.157-182, 2020
- VI. **Fiyat Yönetimi**
Eroğlu Hall E.
in: Pazarlama Yönetimi, Erdoğan,B. Zafer,Eroğlu Hall,Elif, Editor, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, pp.120-146, 2020
- VII. **Fiyat Yönetimi**
EROĞLU HALL E.
in: Pazarlama Yönetimi, Erdoğan, B. Z. ve Eroğlu H. E., Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.121-140, 2020
- VIII. **The Role of Mosques inthe Transformation FromTransnational Spacesto Muslim Cultural andConsumption Spaces**
Eroğlu Hall E., Sevim N.
in: Working With Muslim Clients in the Helping Professions, Anisah Bagasra,Mitchell Mackinem, Editor, IGI Global, Pennsylvania, pp.136-154, 2020
- IX. **Teknolojik Ürün Satın Alımında Ergen Etkisi: Tersine Toplumsallaşma**
EROĞLU HALL E.
Nisan, 2018
- X. **Almanya'daki Yaşayan Türklerin Göçmen Tüketici Etnosentrizmi**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
Nisan Kitabevi, 2018
- XI. **Cultural Effects in Tourism: Cultural Schock and Acculturation**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
in: Social Sciences Research in the Globalizing World, Recep Efe, Editor, St. Kliment Ohridski University Press, Sofya, pp.451-465, 2018
- XII. **İşletmelerde Üretim ve Pazarlama**
Eroğlu Hall E.
in: Genel İşletme, Erdoğan Zafer,Hepkul Ayşe, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.134-155, 2017
- XIII. **Fiyat ve Fiyat Kararlarının Yönetimi**
Eroğlu Hall E.
in: Pazarlama Yönetimi, Erdoğan Zafer,Eroğlu Elif, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.130-153, 2017
- XIV. **Tüketici Davranışı Kavramı ve Özellikleri**
EROĞLU E., NURTANIŞ VELİOĞLU M., BARIŞ G., TOKAY ARGAN M.
in: Tüketici Davranışları, Odabaşı Yavuz, Editor, Anadolu Üniversitesi, pp.2-23, 2013

Papers Published in Refereed Scientific Meetings

- I. **Mesleki ve Teknik Eğitim Hizmetlerinde Hizmet Kalitesinin İyileştirilmesi**
Karakaya Ö., Eroğlu Hall E., Sevim N.
VII. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Sempozyumu, Ankara, Turkey, 15 - 17 November 2019, pp.373-384
- II. **İnternette Turizm Ürünü Satın Alma Niyeti Üzerine Bir Araştırma**
Sevim N., Eroğlu Hall E.
5. Uluslararası Sosyal Beşerî ve Eğitim Bilimleri Kongresi, İstanbul, Turkey, 19 - 20 December 2019, pp.525-536

- III. **ÖZEL İLGİ TURİZMİ: Çanakkale Örneği**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
5. ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VEEĞİTİM BİLİMLERİ KONGRESİ, 19 - 20 December 2019, pp.359-363
- IV. **Üniversite Öğrencileri Tatil Deyince Ne Bekliyor?**
Eroğlu Hall E., Sevim N.
5. Uluslararası Sosyal Beşeri ve Eğitim Bilimleri Kongresi, İstanbul, Turkey, 19 - 20 December 2019, pp.530-536
- V. **3.DALGA KAHVECİLERİN POPÜLERLEŞME NEDENLERİ**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
5. ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VEEĞİTİM BİLİMLERİ KONGRESİ, İstanbul, Turkey, 19 - 20 December 2019
- VI. **Bir Girişimin Uçtan Uca Yolculuğu**
Uzun M., Eroğlu Hall E., Sevim N.
1. Uluslararası İktisadi İdari Bilimler ve Yerel Yönetimler Kongresi, Ankara, Turkey, 7 - 08 December 2019, pp.276-285
- VII. **TÜKETİCİLERİN AKILLI GÜVENLİK SİSTEMİ TERCİHLERİNDE ANKSİYETENİN ETKİSİ**
UZUN M., EROĞLU HALL E., SEVİM N.
1. ULUSLARARASI İKTİSADİİDARİ BİLİMLER VE YERELYÖNETİMLER KONGRESİ, Ankara, Turkey, 7 - 08 December 2019
- VIII. **EĞİTİM 4.0 BAĞLAMINDA EĞİTİM HİZMETLERİNDEDEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜM**
Karakaya Ö., EROĞLU HALL E., SEVİM N.
VII. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Sempozyumu, 15 - 17 November 2019
- IX. **Kültürel Sok ve Turist Kültürleşmesi**
EROĞLU HALL E., SEVİM N., Karagöz Yüncü D.
1.ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VE EĞİTİM BİLİMLERİ KONGRESİ, İstanbul, Turkey, 22 - 23 December 2017
- X. **ONLINE SEYAHAT ÜRÜNLERİ SATIN ALMA NİYETİNİN TEKNOLOJİ KABUL MODELİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ**
SEVİM N., EROĞLU HALL E., KARAGÖZ D.
1. Uluslararası Sosyal Beşeri ve Eğitim Bilimleri Kongresi, İstanbul, Turkey, 22 - 23 December 2017
- XI. **Online Seyahat Ürünleri Satın Alma Niyetinin Teknoloji Kabul Modeline Göre Değerlendirilmesi**
SEVİM N., Karagaöz Yüncü D., EROĞLU HALL E.
1.ULUSLARARASI SOSYAL BEŞERİ VE EĞİTİM BİLİMLERİ KONGRESİ, İstanbul, Turkey, 22 - 23 December 2017
- XII. **Gösterişçi Tüketim Davranışına Yönelik Eleştiriler: Ahmet Yılmaz'xxın Kitapları Üzerine Bir İnceleme**
KESKİN U., EROĞLU HALL E., SEVİM N.
2. Uluslararası Ekonomi Yönetimi ve Pazar Araştırmaları Kongresi, Kocaeli, Turkey, 24 - 25 March 2017, pp.104-105
- XIII. **Food Acculturation in Tourism and Gastronomy**
YÜNCÜ H. R., EROĞLU HALL E., SEVİM N.
9th International Conference on Social Science and Humanities, Bangkok, Thailand, 26 - 27 December 2016, pp.24-25
- XIV. **The Impact of Social Media on Touristy Consumer Acculturation**
SEVİM N., EROĞLU HALL E.
International Conference on Economics Finance and Accounting, Los-Angeles, Chile, 22 - 23 November 2016
- XV. **Predicting Halal Food Consumption for MuslimTurkish Immigrants Living in Germany**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
18th International Conference on management and Decision Making, New York, United States Of America, 6 - 07 June 2016, vol.18, pp.514-516
- XVI. **Evaluation of Halal Food Purchase and Consumption Behavior of Immigrants**
EROĞLU HALL E., SEVİM N.
the 2nd International Conference on Management, Business, and Economics (ICMBE) & The 4th International Conference on Tourism, Transport, and Logistics (ICTTL), San-Francisco, Costa Rica, 12 - 14 February 2016, pp.397-404
- XVII. **Ethnocentric Behaviors of Migrant Groups The Impact of Acculturation Ethnic Identity and Religion**

EROĞLU HALL E., SEVİM N.

Business and Social Science Research Conference: Paris 2015, Paris, France, 21 - 22 December 2015, vol.16

XVIII. **The Changing Tourism Shopping Culture Souvenir Shopping Behaviors of the Tourists in Turkey**

EROĞLU HALL E.

the 18th Annual American Association of Behavioral and Social Sciences (AABSS) Conference, United States Of America, 9 - 10 February 2015

XIX. **Halk Kültürü Ürünlerinin Pazarlanmasında İnternetin Etkisi**

ASLAN E.

Halk Kültüründe İktisat ve Ticaret Uluslararası Sempozyumu, Şanlıurfa, Turkey, 27 - 29 April 2012

XX. **Consumer Trust Impact on Online Shopping Intent**

EROĞLU HALL E., SEVİM N.

17. Annual International Conference of the American Society of Business and Behavioral Sciences, Paris, France, 20 - 22 June 2014

Supported Projects

EROĞLU HALL E., Project Supported by Higher Education Institutions, Amerika'da Yaşayan Türk Göçmenlerin Helal Gıda Satın Alma Niyet ve Davranışlarının Değerlendirilmesi, 2016 - 2017

Eroğlu Hall E., Project Supported by Higher Education Institutions, Almanya da Yaşayan Müslüman Türk Göçmenlerin Helal Gıda Satın Alma ve Tüketim Davranışlarının Değerlendirilmesi, 2015 - 2016

EROĞLU HALL E., Project Supported by Higher Education Institutions, Göçmen Tüketicilerde Etnosentrizm Almanya da Yaşayan Türk Göçmenler Üzerine Bir Uygulama, 2014 - 2015