

Lect. OKTAY ÇETİN

Personal Information

Office Phone: [+90 262 551 4750](tel:+902625514750)

Email: oktay.cetin@kocaeli.edu.tr

Web: <https://avesis.kocaeli.edu.tr/oktay.cetin>

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0001-9948-6909

Publons / Web Of Science ResearcherID: F-7583-2018

Yoksis Researcher ID: 117698

Education Information

Postgraduate, Kocaeli University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turkey 2005 - 2007

Undergraduate, Anadolu University, Faculty Of Communication Sciences, Department Of Printing And Publishing, Turkey 1992 - 1996

Research Areas

Social Sciences and Humanities

Academic Titles / Tasks

Lecturer, Kocaeli University, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, 2005 - Continues

Academic and Administrative Experience

Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, 2015 - Continues

Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, 2015 - Continues

Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, 2005 - 2006

Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, 2004 - 2005

Courses

Proje I, Associate Degree, 2023 - 2024

İletişim, Associate Degree, 2023 - 2024

Sosyal medya, Associate Degree, 2023 - 2024

Fotoğrafçılık, Associate Degree, 2023 - 2024

Articles Published in Other Journals

1. Halkla İlişkiler Öğrencilerinin Mesleğe Bakışı: Birey-Meslek Uyumu Açısından Bir Değerlendirme

KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., ÇETİN O.

Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, vol.3, pp.1-7, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

II. **Moral philosophy ethical judgment and purchase intention perceptions of sex appeals in television advertising**

KOÇ F., ÇETİN O., ALNIAÇIK Ü.

Journal of Management, Marketing and Logistics, vol.3, no.4, pp.346-355, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

III. **Bireysel ahlak felsefeleri reklama yönelik etik değerlendirme ve satın alma niyeti televizyon reklamlarında cinselliğin kullanımı**

KOÇ F., ÇETİN O., ALNIAÇIK Ü.

Journal of Management, Marketing and Logistic, vol.3, pp.346-355, 2016 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

I. **THE IMPACT OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS AND PERCEIVED RISK ON BEHAVIORAL INTENTIONS:A STUDY ON ONLINE BOOKING SITES**

ÖZBEK V., KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., KAŞ E., ÇETİN O.

in: Studies on Balkan and Near Eastern Social Sciences, Rasim Yılmaz Günther Löschnigg, Editor, PETER LANG, Frankfurt, pp.29-35, 2017

II. **The Impact Of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness And Perceived Risk On Behavioral Intentions: A Study On Online Booking Sites**

ÖZBEK V., KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., KAŞ E., ÇETİN O.

in: Studies on Balkan and Near Eastern Social Sciences, Rasim Yılmaz, Günther Löschnigg, Editor, Peter Lang GmbH, Frankfurt, pp.29-35, 2017

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

I. **ŞEHİR İMAJININ AİDİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KANDIRA ÖRNEĞİ**

KOÇ F., ÇETİN O., ALNIAÇIK Ü.

International Marmara Social Sciences Congress (Autumn), Kocaeli, Turkey, 1 - 03 November 2019, pp.452-460

II. **Şehire ve Şehirde Yaşayanlara Yönelik Algının Davranışsal Niyetler Üzerindeki Etkisi: Kandıra İlçesi Örneği**

KOÇ F., ÇETİN O., ALNIAÇIK Ü.

XIII. IBANESS Congress Series on Economics, Business and Management, Tekirdağ, Turkey, 5 - 06 October 2019, vol.1, pp.891

III. **Genç Tüketicilerde Eşsizlik İhtiyacı Cinsiyete Göre Farklılaşmakta Mıdır?**

KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., ÇETİN O.

XI. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Serie, Tekirdağ, Turkey, 9 - 10 March 2019, vol.11, pp.884-890

IV. **Reklamlardaki Cinsel Ögelerin Yoğunluğunun Markaya Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: TV Reklamları Üzerinde Bir Araştırma**

KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., ÇETİN O.

IX. IBANESS Congress Series – Edirne / Turkey, Edirne, Turkey, 29 - 30 September 2018, vol.9, pp.1101-1108

V. **Öğrencilerin Halkla İlişkiler Mesleğine Yönelik Değerlendirmelerinin Mesleği Yapma Ve Okulu Bırakma Niyetleri Üzerindeki Etkisi**

KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., ÇETİN O., DOĞRU S.

1. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Kongresi, 12 - 13 May 2018

VI. **Eğitimde Bütünsel Yaklaşım Üzerine Yükseköğretimde Deneysel Bir Çalışma**

YÜCEBALKAN B., ÇETİN O., GÜVENÇ D., DOĞRU S.

ASOS 4. Uluslararası Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Sempozyumu, Antalya, Turkey, 3 - 05 May 2018, pp.63

- VII. **Effects of Higher Education Service Quality on Intention to Adopt the Profession: A Study on Public Relations Students**
ALNIAÇIK Ü., KOÇ F., ÇETİN O., DOĞRU S.
International Academic Conference on Social Sciences, Multidisciplinary, Economics, Business and Finance Studies (Global Meeting of Social Science Community), Lisbon, Portugal, 27 - 29 November 2017, pp.33
- VIII. **CİNSİYET VE ALGILANAN BİREY-MESLEK UYUMUNUN MESLEĞİ YAPMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: HALKLA İLİŞKİLER ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**
KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., ÇETİN O.
INTERNATIONAL ACADEMIC RESEARCH CONGRESS(INES 2017), Antalya, Turkey, 18 - 21 October 2017, pp.1065
- IX. **Halka İlişkiler Öğrencilerinin Mesleğe Bakışı: Birey-Meslek Uyumu Açısından Bir Değerlendirme**
Koç F., Alnıaçık Ü., Çetin O., Aksu B.
International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Ruse, Bulgaria, 8 - 09 April 2017, pp.873
- X. **KADININ CİNSEL OBJE OLARAK KULLANILDIĞI REKLAMLARIN ALGILANAN ETİK PROBLEM VE REKLAMA YÖNELİK TUTUM ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ**
KOÇ F., ÇETİN O., ALNIAÇIK Ü.
INTERNATIONAL ACADEMIC RESEARCH CONGRESS, Antalya, Turkey, 3 - 05 November 2016, vol.1, pp.2408-2413
- XI. **Kadının Cinsel Obje Olarak Kullanıldığı Reklamların Algılanan Etik Problem ve Reklama Yönelik Tutum Çerçevesinde İncelenmesi**
KOÇ F., ÇETİN O., ALNIAÇIK Ü.
1. International Academic Research Congress, Antalya, Turkey, 3 - 05 November 2016, vol.1
- XII. **The Impact Of Perceived Ease Of Use Perceived Usefulness And Perceived Risk on Behavioral Intentions A Study on Online Booking Sites**
ÖZBEK V., KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., KAŞ E., ÇETİN O.
International Balkan and Near Eastern Conference Series (IBANESS), Plovdiv, Bulgaria, 12 - 13 March 2016
- XIII. **ADVERTISING ETHICS: PERCEPTIONS OF SEX APPEALS IN TELEVISION ADVERTISING**
KOÇ F., ÇETİN O., ALNIAÇIK Ü.
Global Business Research Congress (GBRC), İstanbul, Turkey, 26 - 27 May 2016, vol.2, pp.692-702
- XIV. **KÜRESEL BARIŞIN SAĞLANMASINDA STK'LARIN KÜLTÜR VE SANAT YOLUYLA ETKİLERİ**
ÇOLAK K., ŞAŞI N., ÇETİN O.
V. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Çanakkale, Turkey, 24 - 26 October 2008, pp.1081-1087
- XV. **Aile İşletmelerindeki Kültürel Farklılıklarda Paradoks Yönetimi**
BALKIR Z. G., ÇOLAK K., ÇETİN O.
2. Aile İşletmeleri Kongresi, İstanbul, Turkey, 14 - 15 May 2006, pp.655-664

Metrics

Publication: 21

Non Academic Experience

Migros Türk TAŞ

Olay Gazetesi

Bursa Hakimiyet Gazetesi