

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>

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

Articles Published in Other Journals

- I. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- 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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- 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 (Refereed Journals of Other Institutions)

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 BehavioralIntentions: 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., ALNIAÇIK Ü., ÇETİN 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 Objeler Olarak Kullanıldığı Reklamın 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