

Öğr.Gör. OKTAY ÇETİN

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 262 551 4750](tel:+902625514750)

E-posta: oktay.cetin@kocaeli.edu.tr

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

Eğitim Bilgileri

Yüksek Lisans, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye 2005 - 2007

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basım Ve Yayıncılık Bölümü, Türkiye 1992 - 1996

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler

Akademik Unvanlar / Görevler

Öğretim Görevlisi, Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, 2005 - Devam Ediyor

Akademik İdari Deneyim

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

Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, 2015 - Devam Ediyor

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

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

Diğer Dergilerde Yayımlanan Makaleler

- Halkla İlişkiler Öğrencilerinin Mesleğe Bakışı: Birey-Meslek Uyumu Açısından Bir Değerlendirme**
KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., ÇETİN O.
Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.3, ss.1-7, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.3, sa.4, ss.346-355, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.3, ss.346-355, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Kıtap & Kıtap Bölümü

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.

Studies on Balkan and Near Eastern Social Sciences, Rasim Yılmaz Günther Löschnigg, Editör, PETER LANG, Frankfurt, ss.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.

Studies on Balkan and Near Eastern Social Sciences, Rasim Yılmaz, Günther Löschnigg, Editör, Peter Lang GmbH, Frankfurt, ss.29-35, 2017

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. ŞEHİR İMAJININ AİDİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KANDIRA ÖRNEĞİ

KOÇ F., ÇETİN O., ALNIAÇIK Ü.

International Marmara Social Sciences Congress (Autumn), Kocaeli, Türkiye, 1 - 03 Kasım 2019, ss.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, Türkiye, 5 - 06 Ekim 2019, cilt.1, ss.891

III. Genç Tüketicilerde Eşsizlik İhtiyacı Cinsiyete Göre Farklılaşmakta Mıdır?

KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., ÇETİN O.

XI. Internaθonal Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Serie, Tekirdağ, Türkiye, 9 - 10 Mart 2019, cilt.11, ss.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, Türkiye, 29 - 30 Eylül 2018, cilt.9, ss.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 Mayıs 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, Türkiye, 3 - 05 Mayıs 2018, ss.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, Portekiz, 27 - 29 Kasım 2017, ss.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, Türkiye, 18 - 21 Ekim 2017, ss.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, Bulgaristan, 8 - 09 Nisan 2017, ss.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, Türkiye, 3 - 05 Kasım 2016, cilt.1, ss.2408-2413

- XI. **Kadının Cinsel Objeye Olarak Kullanıldığı Reklamın Algılanan Etik Problem ve Reklama Yönelik Tutum Çerçevesinde İncelenmesi**
KOÇ F., ÇETİN O., ALNIAÇIK Ü.
1. International Academic Research Congress, Antalya, Türkiye, 3 - 05 Kasım 2016, cilt.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, Bulgaristan, 12 - 13 Mart 2016
- XIII. **ADVERTISING ETHICS: PERCEPTIONS OF SEX APPEALS IN TELEVISION ADVERTISING**
KOÇ F., ÇETİN O., ALNIAÇIK Ü.
Global Business Research Congress (GBRC), İstanbul, Türkiye, 26 - 27 Mayıs 2016, cilt.2, ss.692-702