

## Öğr. Gör. OKTAY ÇETİN

### Kişisel Bilgiler

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

E-posta: [oktay.cetin@kocaeli.edu.tr](mailto:oktay.cetin@kocaeli.edu.tr)

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

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0001-9948-6909

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

Yoksis Araştırmacı ID: 117698

### Eğitim Bilgileri

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

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basım Ve Yayımcılık 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

### Verdiği Dersler

Proje I, Ön Lisans, 2023 - 2024

İletişim, Ön Lisans, 2023 - 2024

Sosyal medya, Ön Lisans, 2023 - 2024

Fotoğrafçılık, Ön Lisans, 2023 - 2024

### Diğer Dergilerde Yayınlanan 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 (Hakemli Dergi)

**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, cilt.3, sa.4, ss.346-355, 2016 (Hakemli Dergi)

**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, cilt.3, ss.346-355, 2016 (Hakemli Dergi)

## **Kitap & Kitap Bölümleri**

**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 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 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. International 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., Alnıaçık Ü., Çetin 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 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, 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
- XIV. **KÜRESEL BARIŞIN SAĞLANMASINDA STK'LARIN KÜLTÜR VE SANAT YOLUYLA ETKİLERİ**  
ÇOLAK K., ŞAŞI N., ÇETİN O.  
V. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Çanakkale, Türkiye, 24 - 26 Ekim 2008, ss.1081-1087
- XV. **Aile İşletmelerindeki Kültürel Farklılıklarda Paradoks Yönetimi**  
BALKIR Z. G., ÇOLAK K., ÇETİN O.  
2. Aile İşletmeleri Kongresi, İstanbul, Türkiye, 14 - 15 Mayıs 2006, ss.655-664

## Metrikler

Yayın: 21

## Akademi Dışı Deneyim

Migros Türk TAŞ

Olay Gazetesi

Bursa Hakimiyet Gazetesi