

## Dr.Öğr.Üyesi ŞENOL HACIEFENDİOĞLU

### Kişisel Bilgiler

E-posta: senol.haciefendioglu@kocaeli.edu.tr

Web: <https://avesis.kocaeli.edu.tr/senol.haciefendioglu>

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-3183-1021

Publons / Web Of Science ResearcherID: F-7625-2018

Yoksis Araştırmacı ID: 124827

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 1998 - 2004

### Akademik Unvanlar / Görevler

Dr.Öğr.Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2018 - Devam Ediyor

Yrd.Doç.Dr., Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2005 - 2018

### Akademik İdari Deneyim

Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 2010 - Devam Ediyor

### Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Marka Kişiliğinde Samimiyet Algısının Marka Bağlılığı Üzerindeki Etkisi**  
HACIEFENDİOĞLU Ş., FIRAT D.  
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED), cilt.17, sa.33, ss.171-184, 2017 (Hakemli Dergi)
- II. **Sosyal Medyanın Marka Bağlılığına Etkisi Üzerine Bir Araştırma**  
HACIEFENDİOĞLU Ş.  
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED), cilt.0, sa.28, ss.59-70, 2014 (Hakemli Dergi)
- III. **Sosyal Medyada Yer Alan Markalara İlişkin Marka İmajının Güven Üzerindeki etkisi**  
HACIEFENDİOĞLU Ş., FIRAT D.  
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED), cilt.0, sa.27, ss.87-96, 2014 (Hakemli Dergi)
- IV. **Sosyal Paylaşım Sitelerinde Üye Bağlılığı Üzerine Bir Araştırma**  
HACIEFENDİOĞLU Ş.  
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED), cilt.0, sa.20, ss.56-71, 2010 (Hakemli Dergi)
- V. **Hizmet Kalitesi Algılamalarının Müşteri Bağlılığına Etkisi ve Fast-Food Sektöründe Bir Araştırma**  
HACIEFENDİOĞLU Ş., KOÇ Ü.  
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED), cilt.0, sa.18, ss.146-167, 2009 (Hakemli Dergi)
- VI. **İlişkisel Pazarlamada Güven Unsuru ve Otel İşletmelerinde Uygulama**  
HACIEFENDİOĞLU Ş., ÇOLULAR N.  
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED), sa.16, ss.107-126, 2008 (Hakemli Dergi)
- VII. **İlişki Pazarlaması ve Turizm Sektöründe Bir Saha Araştırması**

HACIEFENDİOĞLU Ş.

Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED), sa.9, ss.69-93, 2005 (Hakemli Dergi)

VIII. **Bir Tutundurma Yöntemi Olarak Reklam ve Televizyon Reklamlarının Hedef Tüketicilere Nüfuz Etme Derecesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Saha Araştırması**

HACIEFENDİOĞLU Ş.

KOÜ, İİBF Dergisi, sa.1, ss.79-93, 1997 (Hakemsiz Dergi)

## **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

- I. **Markaların Promosyon Uygulamaları ile Algılanan Kalite, Marka Güveni ve Marka İmajı Arasındaki İlişki**  
HACIEFENDİOĞLU Ş., FIRAT D.  
International Marmara Social Sciences Congress (Imascon 2022 Autumn), Kocaeli, Türkiye, 9 - 10 Aralık 2022, ss.306-311
- II. **Teknoloji Markalarına Yönelik Algılanan Risk ile Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma**  
FIRAT D., HACIEFENDİOĞLU Ş.  
International Marmara Social Sciences Congress (Imascon 2022 Spring), Kocaeli, Türkiye, 13 - 14 Mayıs 2022, ss.200-205
- III. **Sosyal Medya Ortamı Olarak İstagram'daki Ürün ve Marka Reklamlarına Yönelik Tüketici Tutumlarının Algılanan Kalite Üzerindeki Etkisi**  
HACIEFENDİOĞLU Ş., FIRAT D.  
International Marmara Social Sciences Congress (Imascon 2022 Spring), Kocaeli, Türkiye, 13 - 14 Mayıs 2022, ss.206-212
- IV. **Tüketici Kişilik Özellikleri ile Marka Güveni Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma**  
FIRAT D., HACIEFENDİOĞLU Ş.  
International Marmara Social Sciences Congress (Autumn 2019), Kocaeli, Türkiye, 1 - 03 Kasım 2019, ss.380-388
- V. **Sosyal Medyada Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Satın Alma Niyeti üzerindeki Etkisi**  
HACIEFENDİOĞLU Ş., FIRAT D.  
International Marmara Social Sciences Congress (Autumn 2019), Kocaeli, Türkiye, 1 - 03 Kasım 2019, ss.389-396
- VI. **Marka Yarar Boyutlarının Marka Aşkı Üzerindeki Etkisi**  
FIRAT D., HACIEFENDİOĞLU Ş.  
Uluslararası Marmara Fen ve Sosyal Bilimler Kongresi (BAHAR 2019), Kocaeli, Türkiye, 26 - 28 Nisan 2019, ss.515-522
- VII. **Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde Endüstri 4.0**  
CANDAN F. B., BİLGİLİ B., HACIEFENDİOĞLU Ş.  
23. Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018, ss.443-469
- VIII. **The Effect of Consumers Purchasing Behavior on Post-Purchase Behavior in Blog Sites**  
FIRAT D., HACIEFENDİOĞLU Ş.  
21. Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2016, ss.515-524
- IX. **Reklam Ortamı Olarak Sosyal Paylaşım Siteleri ve Bir Araştırma**  
HACIEFENDİOĞLU Ş.  
Bilgi Ekonomisi /The Knowledge Economy/ 8.Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 28 - 31 Ekim 2010, ss.429-437
- X. **Global Markalarda Glokal Pazarlama Stratejilerinin Marka Bağlılığı Yaratmadaki Etkisi (Fast-Food Sektöründe Bir Araştırma)**  
HACIEFENDİOĞLU Ş., CANDAN F. B.  
14.Ulusal Pazarlama Kongresi, Yozgat, Türkiye, 14 - 17 Ekim 2009, ss.244-253
- XI. **Algılanan Hizmet Kalitesinin Kurum Bağlılığı Yaratmadaki Etkisi- Bir Büyükşehir Belediyesi Uygulaması**

HACIEFENDİOĞLU Ş.

5. Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 3 - 05 Kasım 2006, cilt.2, ss.693-704

## **Metrikler**

Yayın: 19