



ÜMİT ALNİAÇIK

PROF.

Email : umit.alniacik@kocaeli.edu.tr

Office Phone : [+90 262 303 1510](tel:+902623031510)

Address : Kocaeli Üniversitesi İşletme Fakültesi Umuttepe
Kampüsü 41010 İzmit Kocaeli

International Researcher IDs

ScholarID: 6IOWeSMAAAAJ

ORCID: 0000-0003-2998-355X

Publons / Web Of Science ResearcherID: B-4537-2018

ScopusID: 37088188800

Yoksis Researcher ID: 47214



Learning Knowledge

Doctorate
2005 - 2009

Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey

Postgraduate
2001 - 2003

Kocaeli University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turkey

Undergraduate
1995 - 1999

Kocaeli University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turkey

Foreign Languages

English, C1 Advanced

Dissertations

Doctorate, Çevreyi koruma iddiası içeren reklamların etkililiği: Mesaj belirginliği, ürün türü ve tüketici bilgi işleme tarzının etkilerini inceleyen deneysel bir araştırma, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2009

Postgraduate, Siyasi parti liderlerinin kişilik özelliklerinin seçmen tercihleri üzerindeki etkisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003

Academic Titles / Tasks

Professor
2019 - Continues

Kocaeli University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme

Associate Professor
2014 - 2018

Kocaeli University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme

Assistant Professor
2010 - 2013

Kocaeli University, İletişim Fakültesi, Reklamcılık

Lecturer PhD
2005 - 2010

Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü

Supported Projects

1. ALNIAÇIK Ü., AYVAZ İ., Project Supported by Higher Education Institutions, PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE KULLANILAN KITLIK TAKTİKLERİNİN TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ, 2017 - 2018

Awards

1. Alnaçık Ü., TÜBİTAK Türkiye Adresli Uluslararası Bilimsel Yayınları Teşvik (UBYT) Programı, Tübitak, September 2021
2. Alnaçık Ü., Bilimsel Yayın Teşvik Ödülü, Kocaeli Üniversitesi, April 2011

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

1. **MODELLING M-COMMERCE ADOPTION AMONG GENERATION Z IN THE PANDEMIC CONTEXT**
Stancu A., Filip A., Dumitru I., ALNIAÇIK Ü., Ionescu F. T., Mogos O., Canda A.
ECONOMIC COMPUTATION AND ECONOMIC CYBERNETICS STUDIES AND RESEARCH, vol.57, no.1, pp.187-202, 2023 (SCI-Expanded)
2. **How does mothers' mood matter on their choice of organic food? Controlled eye-tracking study**
Giray C., Yon B., ALNIAÇIK Ü., Giriskan Y.
Journal of Business Research, vol.144, pp.1175-1185, 2022 (SSCI)
3. **The moderating role of personal value orientation on the links between perceived corporate social performance and purchase intentions**
Alnaçık E., Moumen C., Alnaçık Ü.
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT, vol.27, no.6, pp.2724-2734, 2020 (SSCI)
4. **Drivers and consequences of customer participation into value co-creation: a field experiment**
Guzel M., Sezen B., Alnaçık Ü.
JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT, vol.30, pp.1047-1061, 2020 (SSCI)
5. **THE EFFECTIVENESS OF GREEN ADVERTISING: INFLUENCES OF CLAIM SPECIFICITY, PRODUCT'S ENVIRONMENTAL RELEVANCE AND CONSUMERS' PRO-ENVIRONMENTAL ORIENTATION**
ALNIAÇIK Ü., YILMAZ C.
AMFITEATRU ECONOMIC, vol.14, no.31, pp.207-222, 2012 (SSCI)

6. **How Corporate Social Responsibility Information Influences Stakeholders' Intentions**
ALNIAÇIK Ü., Alniacik E., Genc N.
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT, vol.18, no.4, pp.234-245, 2011 (SSCI)
7. **Fuzzy logic in legal education**
BALKIR Z. G., ALNIAÇIK Ü., APAYDIN E.
Turkish Online Journal of Distance Education, vol.12, no.2, pp.60-69, 2011 (SCI-Expanded)

Articles Published in Other Journals

1. **Employer branding dimensions: An adapted scale for Eastern Europe**
Grigore G., Chapleo C., Homberg F., Almaçık Ü., Stancu A.
JOURNAL OF STRATEGIC MARKETING, vol.31, pp.1-20, 2023 (ESCI)
2. **The moderating role of message framing on the links between organizational identification and unethical pro-organizational behavior**
Almaçık E., Kelebek E. F., Almaçık Ü.
MANAGEMENT RESEARCH REVIEW, vol.45, no.4, pp.502-523, 2022 (ESCI)
3. **Likert Ölçeklerinde Etiketleme Kararları: Kullanılan Etiketler Ölçüm Sonuçlarına Etkiler mi?**
Dursun İ., Almaçık Ü.
Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, no.33, pp.148-196, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
4. **MARKA BEĞENİLİRLİĞİNİN MARKA TERCİHİ ÜZERİNE ETKİSİ: CEP TELEFONU SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA**
CESUR Z., ALNIAÇIK Ü.
International Journal of Social Humanities Sciences Research (JSHSR), vol.6, no.44, pp.3484-3494, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
5. **Consumer Regret Arising From Sub-Optimal Conditions In Stock-Out Situations And Its'xx Influence On Brand Loyalty**
OYUKE N., ALNIAÇIK Ü.
International Journal of Management and Administration, vol.3, pp.161-171, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
6. **EXAMINING EFFECTS OF SERVICE QUALITY AND HOTEL IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION FROM THE PERSPECTIVE OF CONSUMPTION MOTIVATIONS**
KOÇ F., ÖZBEK V., AKKILIÇ M. E., ALNIAÇIK Ü., VAROL İ.
TOURISM, LEISURE AND GLOBAL CHANGE, no.5, pp.356-366, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
7. **PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE KULLANILAN KITLIK TAKTİKLERİNİN TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**
AYVAZ İ., ALNIAÇIK Ü.
Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, vol.18, pp.1-19, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
8. **Effect of Psychological Ownership on Employee Silence and Task Performance: A Study on Academicians**
AKÇİN K., ERAT S., ALNIAÇIK Ü., ÇİFTÇİOĞLU B. A.
International Business Research, vol.11, pp.34-43, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
9. **HOW PROFESSIONAL ACCOUNTANT'S TAX MORALE AFFECTS TAXPAYER'S TAX MORALE? A STUDY IN BALIKESİR**
ATABAY İ., KOÇ F., ALNIAÇIK Ü.
Journal of Global Strategic Management, vol.11, pp.101-108, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
10. **Eğitim Yayıncılığı Sektöründe Tutundurma Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi: Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma**
ÖZEL İ., ALNIAÇIK Ü.
International Review of Economics and Management, vol.5, pp.23-41, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
11. **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)
12. **EFFECT OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT ON ORGANIZATIONAL SILENCE AND TASK PERFORMANCE: A STUDY ON ACADEMICIANS**
AKÇİN K., ERAT S., ALNIAÇIK Ü., ÇİFTÇİOĞLU B. A.
Journal of Global Strategic Management, vol.11, pp.35-43, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
 13. **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)
 14. **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)
 15. **The Impact of Business Ethics Course on Ethical Perceptions and Intentions of University Students**
ÖZBEK V., ALNIAÇIK Ü., AKKILIÇ M. E.
Journal of Global Strategic Management, vol.9, pp.71-80, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
 16. **The Effect of Moral Philosophy on Individual Intentions toward Socially Responsible Tourism Firms**
KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., AKKILIÇ M. E., VAROL I.
TRIPODOS, no.37, pp.35-49, 2015 (ESCI)
 17. **Kişilik Özelliklerinin Teknoloji Kabulü Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri Akıllı Telefon Teknolojileri Üzerine Bir Araştırma**
ÖZBEK V., ALNIAÇIK Ü., KOÇ F., AKKILIÇ M. E., KAŞ E.
International Review of Economics and Management, vol.2, pp.36-57, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
 18. **Tüketici Karar Verme Tarzları Ölçeği Yapısı ve Boyutları**
DURSUN İ., ALNIAÇIK Ü., TÜMER KABADAYI E.
Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, vol.9, pp.293-304, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
 19. **How Do The Dimensions of Corporate Reputation Affect Prospective Employees Intentions**
Alniaçık E., Alniaçık Ü., Erdoğan N.
Corporate Reputation Review, vol.15, no.1, pp.3-19, 2012 (Scopus)
 20. **Satın Alma Tarzları ve SMS Reklamlara Yönelik Tutumlar Genç Tüketiciler Üzerinde Bir Araştırma**
ALNIAÇIK Ü.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.5, pp.2-20, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
 21. **The Impact of Unfair Business Practices on Bank Customers An Experimental Study**
ÖZBEK V., ALNIAÇIK Ü., KOÇ F.
Ege Akademik Bakış Dergisi, vol.12, pp.23-30, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
 22. **Kurumsal İtibarı Oluşturan Farklı Bileşenlerin Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkileri**
ALNIAÇIK Ü.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.4, pp.65-96, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
 23. **Küresel Firmaların Yerel Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Marka Değeri ve Marka Tercihini Nasıl Etkilemektedir**
ALNIAÇIK Ü., DEVELİ E. İ., ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK E.
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Öneri Dergisi, vol.9, pp.83-91, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
 24. **Çevreci Yönelim Çevre Dostu Davranış ve Demografik Özellikler Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma**
ALNIAÇIK Ü.
Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, vol.14, pp.507-532, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
 25. **KÜRESEL EKONOMİK KRİZ DÖNEMİNDE ZEYTİNYAĞI ÜRETİMİŞLETMELERİNİN KARŞILAŞTIĞI PAZARLAMA SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ EDREMIT KÖRFEZİ ÖRNEĞİ**
YILDIRIM S., ALNIAÇIK Ü., ÖZBEK V., KOÇ F.

- Balıkesir Üniversitesi Bandırma İİBF Akademik Fener Dergisi, no.14, pp.177-192, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
26. **Kurumsal İtibar Bileşenlerinin Algılanan Önemi Demografik Özelliklerden Etkilenmekte Midir**
ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü., GENÇ N.
Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.13, pp.93-114, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
27. **Küresel Ekonomik Kriz Döneminde Zeytinyağı Üretim İşletmelerinin Karşılaştığı Pazarlama Sorunları Ve Çözüm Önerileri Edremit Körfezi Örneği**
YILDIRIM S., ALNIAÇIK Ü., ÖZBEK V., KOÇ F.
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, vol.14, pp.177-192, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
28. **Reklamlarda Çevreci İddialar ve Reklam Etkililiği Basılı Reklamlar Üzerinde Deneysel Bir Araştırma**
ALNIAÇIK Ü., YILMAZ C., ALNIAÇIK E.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.10, pp.85-106, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
29. **The Growth of Democracy and Political Marketing Applications in Turkey**
ALNIAÇIK Ü.
AKADEMİK BAKIŞ Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, 2009 (Peer-Reviewed Journal)
30. **Otobüs İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü Kandıra Gürkan Turizm Örneği**
ALNIAÇIK Ü., ÖZBEK V.
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, vol.1, pp.125-138, 2009 (Peer-Reviewed Journal)
31. **Tüketicilerin Çevreye Duyarlılığı ve Reklamlardaki Çevreci İddialar**
ALNIAÇIK Ü.
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, pp.48-79, 2009 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- Turkey**
Alnıaçık Ü.
in: Corporate Social Responsibility and Employer Attractiveness An International Perspective, Silke Bustamante, Fabio Pizzutilo, Martina Martinovic, Susana Herrero Olarte, Editor, Springer, London/Berlin , Zug, pp.301-318, 2021
- Bölüm9: Marka Sermayesinin Kaynaklarının Ölçülmesi: Tüketicinin Zihnini Anlamak**
ALNIAÇIK Ü.
in: Stratejik Marka Yönetimi: Marka Sermayesinin İnşası, Ölçümü ve Yönetimi, Aykan Candemir, Editor, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, pp.290-318, 2019
- The Effect of Cultural Differences on Technology Readiness and Acceptance: A Study on Online Shopping Technologies**
ÖZBEK V., ALNIAÇIK Ü., kaymak e.
in: SELECTED DISCUSSIONS ON SOCIAL SCIENCE RESEARCH, BEDRIYE TUŇSİPER, FERHAN SAYIN, BURAK HERGÜNER, FATMA İREM AYDIN, Editor, FRONTPAGE PUBLICATIONS LIMITED, London, pp.266-291, 2019
- 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
- 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
- Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**
İSLAMOĞLU A. H., ALNIAÇIK Ü.
Beta, İstanbul, 2016

7. **Eğitmenler İçin Afet Bilinci Eğitimi**
AKER A. T., ALNIAÇIK Ü., BARIŞ Ş., BAKER ERDUR Ö., TİMURLENK ÇELİK Ö., GERDAN S., KIRIKKAYA E., ÖZMEN B.
AFAD, Ankara, 2013
8. **Afet Hazır Okul Kampanyası Ortaöğretim Öğrencileri İçin Afet Bilinci Eğitimi**
BARIŞ Ş., AKER A. T., KIRIKKAYA E., ALNIAÇIK Ü., GERDAN S., ÖZMEN B.
AFAD, Ankara, 2013

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

1. **Endüstriyel Pazarlarda Satış Elemanları ve Satın Almacılar Arasındaki İlişkilerde İş Ahlakının Sınırları: Nitel Bir Araştırma**
Kelebek E. E., Alnıaçık Ü.
XIX. International Balkan and Near Eastern Congress Series on Economics, Business and Management, Plovdiv, Bulgaria, 8 - 09 April 2023, vol.1, no.27, pp.582-595
2. **CEP TELEFONU SEKTÖRÜNDE MARKA BEĞENİLİRLİĞİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**
CESUR Z., ALNIAÇIK Ü.
ULUSLARARASI MARMARA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, 1 - 03 November 2019, pp.368-376
3. **PAZARLAMA ETİĞİ VE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA GÜVEN, İTİBAR, MEMNUNİYET VE AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA DEĞİŞKENLERİNİN İNCELENMESİ: TURKCELL ÖRNEĞİ**
ÖZBEK V., KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., Aydoğmuş O.
ICOAEF VI International Conference on Applied Economics and Finance EXTENDED WITH SOCIAL SCIENCES, Balıkesir, Turkey, 16 - 17 November 2019, pp.631-654
4. **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
5. **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
6. **Tüketicilerin Mobil Telefon Uygulamalarına Yönelik Tutumlarının Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde İncelenmesi: E-Nabız Uygulaması Örneği**
Yıldız S. T., BİLGİLİ B., CANDAN F. B., ALNIAÇIK Ü.
Imascon-2019-Autumn, Kocaeli, Turkey, 26 April - 28 May 2019, vol.1, pp.84-98
7. **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
8. **Davranış Ölçümlerinde Katılım Ve Sıklık Sorgulayan Likert Tipi Ölçeklerin Kullanımı: Ölçüm Sonuçlarının Karşılaştırılmasına Yönelik Ampirik Bir Araştırma**
DURSUN İ., ALNIAÇIK Ü.
International Conference on Data Science and Applications, 4 - 07 October 2018
9. **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
10. **Examining Effects of Service Quality and Hotel Image on Customer Satisfaction from the Perspective of Consumption Motivations**

KOÇ F., ÖZBEK V., AKKILIÇ M. E., ALNIAÇIK Ü., VAROL İ.

The 11th Tourism Outlook Conference, Eskişehir, Turkey, 2 - 05 October 2018

11. **Consumer Regret Arising From Sub-Optimal Conditions in Stock-Out Situations and Its' Influence on Brand Loyalty**
OWUOR N., ALNIAÇIK Ü.
14th International Strategic Management Conference, PRAG, Czech Republic, 12 - 14 July 2018
12. **REKLAMLARDA CİNSELLİĞİN KULLANIMI: EV KADINLARININ TUTUMLARI VE ETİK ALGILAMALARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**
ALNIAÇIK Ü., KOÇ F., BİŞKİN F., AĞIL E. E.
4. Global İşletme Araştırmaları Kongresi, İstanbul, Turkey, 24 - 25 May 2018, pp.272-276
13. **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
14. **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
15. **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
16. **Likert Ölçeklerinde Seçenek Etiketleme Karmaşası Ve Ölçüm Sonuçlarına Etkileri**
DURŞUN İ., ALNIAÇIK Ü.
22. Ulusal Pazarlama Kongresi, Trabzon, Turkey, 28 - 30 September 2017
17. **PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE KULLANILAN KITLIK TAKTİKLERİNİN SATIN ALMA NİYETİ VE SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ.**
AYVAZ İ., ALNIAÇIK Ü.
22. Pazarlama Kongresi, Trabzon, Turkey, 28 - 30 September 2017, pp.728-740
18. **Socio-economic contingency of CSR preferences of young job-seekers. A crossnational comparison**
Bustamante S., ALNIAÇIK Ü., CastilloApraiz J., Pizzutilo F., Reichel J.
Corporate Responsibility Research Conference, Sevilla, Italy, 13 - 15 September 2017
19. **Halka İlişkiler Öğrencilerinin Mesleğe Bakışı: Birey-Meslek Uyumu Açısından Bir Değerlendirme**
Koç F., Alniaçık Ü., Çetin O., Aksu B.
International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Ruse, Bulgaria, 8 - 09 April 2017, pp.873
20. **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
21. **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
22. **How Professional Accountant s Tax Morale Affects Taxpayer s Tax Morale A study in Balikesir**
ATABAY İ., KOÇ F., ALNIAÇIK Ü.
6th INTERNATIONAL CONFERENCE ON LEADERSHIP, TECHNOLOGY, INNOVATION AND BUSINESS MANAGEMENT, Antalya, Turkey, 28 - 30 October 2016, pp.252-257
23. **How professional accountant s tax morale affects taxpayer s tax morale A study in Balikesir İsmail Atabay Fatih Koç Ümit Alniaçık 28 30 October 2016 Antalya 2016**
ATABAY İ., KOÇ F., ALNIAÇIK Ü.

6th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management, Antalya, Turkey, 28 - 30 October 2016, vol.1, pp.1-10

24. **Dışadönüklük ve Uyumluluğun Tüketici Etnosentrizmi Üzerindeki Etkisi**
ÖZBEK V., KOÇ F., ALNIAÇIK Ü.
2. International Congress on Economics and Business ICEB 2016, Saraybosna, Bosnia And Herzegovina, 30 May - 03 June 2016, vol.1, pp.1239-1249
25. **Factors Affecting the Sales Performance in Industrial B2B Markets A Qualitative Study on Companies Operating in Turkey** Uğur Burak Aydın Ümit Alniaçık
AYDIN U. B., ALNIAÇIK Ü.
2ND ANNUAL INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES, AICSS 2016, İstanbul, Turkey, 2 - 04 June 2016, vol.1, pp.1-10
26. **Eğitim Yayıncılığı Sektöründe Tutundurma Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma**
ÖZEL İ., ALNIAÇIK Ü.
5. ULUSAL İŞLETMECİLİK KONGRESİ, İstanbul, Turkey, 26 - 28 May 2016
27. **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
28. **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
29. **The Impact of Business Ethics Course on Ethical Perceptions and Intentions of University Students**
ÖZBEK V., ALNIAÇIK Ü., AKKILIÇ M. E., Şahin Ş., Aycan K.
11. International Strategic Management Conference, Viyana, Austria, 23 - 25 July 2015
30. **Firmanın Yapmış Olduğu Reklamlara Yönelik Tutum ile Tüketici Güveni Değişkenleri Arasında Kurumsal İtibarin Aracı Etkisi**
KOÇ F., ÖZBEK V., ALNIAÇIK Ü.
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Turkey, 10 - 13 June 2015, pp.63-76
31. **Firmanın Yapmış Olduğu Reklamlara Yönelik Tutum ile Tüketici Güveni Değişkenleri Arasında Kurumsal İtibarin Aracı Etkisi**
KOÇ F., ÖZBEK V., ALNIAÇIK Ü.
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Turkey, 10 - 13 June 2015, vol.1, pp.63-76
32. **THE EFFECT OF MORAL PHILOSOPHY ON INDIVIDUAL INTENTIONS TOWARD SOCIALLY RESPONSIBLE TOURISM FIRMS**
KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., AKKILIÇ M. E., VAROL İ.
3rd International Conference on Social Responsibility, Ethics, and Sustainable Business, Barcelona, Spain, 9 - 10 October 2014
33. **Attracting Talented Employees to the Company: Do We Need Different Employer Branding Strategies in Different Cultures?**
ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü., Erat S., Akcin K.
10th International Strategic Management Conference, Rome, Italy, 19 - 21 June 2014, vol.150, pp.336-344
34. **The Impact of Personality on Technology Acceptance: A Study on Smart Phone Users**
Ozbek V., ALNIAÇIK Ü., Koc F., Akkilic M. E., Kas E.
10th International Strategic Management Conference, Rome, Italy, 19 - 21 June 2014, vol.150, pp.541-551
35. **Afete Hazırlık Çalışmalarında İkna Edici İletişim**
ALNIAÇIK Ü., GERDAN S.
Türkiye'nin Afet Yönetimi 15. Yuvarlak Masa Toplantısı, Turkey, 11 January 2013
36. **The moderating role of locus of control on the links between perceived ethical problem and ethical intentions of marketing managers in Turkey**
Ozbek V., ALNIAÇIK Ü., Akkilic M. E., Koc F.

- 9th International Strategic Management Conference, Riga, Latvia, 27 - 29 June 2013, vol.99, pp.265-273
37. **Does person-organization fit moderate the effects of affective commitment and job satisfaction on turnover intentions?**
ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü., Erat S., Akcin K.
9th International Strategic Management Conference, Riga, Latvia, 27 - 29 June 2013, vol.99, pp.274-281
38. **Alışveriş Merkezi Mağaza Atmosferi ve Müşteri Tercihleri Konya İlinde Bir Uygulama**
ALNIAÇIK Ü., BİŞKİN F., KARAPINAR K.
17. Ulusal Pazarlama Kongresi, Balıkesir, Turkey, 18 - 21 October 2012
39. **İşveren Markasının Bileşenleri ve Algılanan Önem Dereceleri Çalışanlar ve İş Arayanlar Arasında Bir Karşılaştırma**
ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü.
20. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, İzmir, Turkey, 24 - 26 May 2012, pp.522-526
40. **Identifying dimensions of attractiveness in employer branding: effects of age, gender, and current employment status**
ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü.
8th International Strategic Management Conference, Barcelona, Spain, 21 - 23 June 2012, vol.58, pp.1336-1343
41. **Relationships between career motivation, affective commitment and job satisfaction**
ALNIAÇIK Ü., ALNIAÇIK E., Akcin K., Erat S.
8th International Strategic Management Conference, Barcelona, Spain, 21 - 23 June 2012, vol.58, pp.355-362
42. **Satın Alma Tarzları ve SMS Reklamlarına Yönelik Tutumlar Genç Tüketiciler Üzerinde Bir Araştırma**
ALNIAÇIK Ü.
16. Ulusal Pazarlama Kongresi, İstanbul, Turkey, 22 - 25 November 2011
43. **Independent and joint effects of perceived corporate reputation, affective commitment and job satisfaction on turnover intentions**
ALNIAÇIK Ü., Cigerim E., Akcin K., Bayram O.
7th International Strategic Management Conference, Paris, France, 30 June - 02 July 2011, vol.24
44. **CAN GLOBAL FINANCIAL CRISIS MAKE AMENDS FOR UNFAIR TREATMENT TO EMPLOYEES?**
ALNIAÇIK Ü., Ozbek V., Koc F.
6th International Scientific Symposium on Business Administration, Karvina, Czech Republic, 27 - 28 May 2010, pp.1-3
45. **Tüketici Karar Verme Tarzları Ölçeği Türk Tüketicisi İçin Uyarlama**
DURSUN İ., ALNIAÇIK Ü., TÜMER KABADAYI E.
15. Ulusal Pazarlama Kongresi, İzmir, Turkey, 26 - 29 October 2010
46. **Küresel Firmaların Yerel Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Değerine Etkisi Deneysel Bir Araştırma**
ALNIAÇIK Ü., DEVELİ E. İ., GİRAY C., ALNIAÇIK E.
14. Ulusal Pazarlama Kongresi, Yozgat, Turkey, 21 - 23 October 2010
47. **Can Prosocial Corporate Behavior Conceal Unfair Business Practices An Experimental Study in The Banking Industry**
ALNIAÇIK Ü., AKÇİN K., BAYRAM O., CİĞERİM E.
6th International Strategic Management Conference, Saint Peter, Russia, 24 - 26 June 2010
48. **How Does Positive and Negative CSR Information Influence the Intentions of Various Stakeholders**
ALNIAÇIK Ü., BALKIR Z. G., ALNIAÇIK E.
9th International Conference on Corporate Social Responsibility, Zagreb/Croatia, Zagreb, Croatia, 16 - 18 June 2010
49. **Küresel Ekonomik Kriz Döneminde Zeytinyağı Üretim İşletmelerinin Karşılaştığı Pazarlama Sorunları Ve Çözüm Önerileri Edremit Körfezi Örneği**
YILDIRIM S., ALNIAÇIK Ü., ÖZBEK V., KOÇ F.
INTERNATIONAL SYMPOSIUM - VRESTRUCTURING THE ECONOMY AFTER THE GLOBAL CRISIS, Balıkesir, Turkey, 27 - 29 May 2010
50. **YENİ ÇEVRESEL PARADİGMA ÖLÇEĞİ İLE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ÇEVREYE YÖNELİK**

TUTUMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

ALNIAÇIK Ü., KOÇ F.

Bölgesel Kalkınma Kongresi, Burhaniye/Balıkesir, Turkey, 14 - 16 November 2009, vol.1, pp.178-185

51. **Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği ile Üniversite Öğrencilerinin Çevreye Yönelik Tutumlarının Değerlendirilmesi**

ALNIAÇIK Ü., KOÇ F.

Bölgesel Kalkınma Kongresi, Balıkesir, Turkey, 14 - 16 November 2009, pp.178-185

52. **Değer Yargıları ve Tüketimde Çevreci Eğilimler**

ALNIAÇIK Ü., YILMAZ C.

13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Adana, Turkey, 30 October - 01 November 2008

53. **Üniversite Öğrencilerinin Çevre Sorunlarına Yaklaşımları ve Çevreci Tüketim Eğilimlerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi**

ÖZBEK V., ALNIAÇIK Ü., KOÇ F.

13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Nevşehir, Turkey, 25 - 29 October 2008

54. **Consumer Decision Making Styles As A Tool For Developing Effective Marketing Strategies**

TÜMER KABADAYI E., DURSUN İ., ALNIAÇIK Ü.

3. International Strategic Management Conference, Antalya, Turkey, 21 - 23 June 2007

55. **Kurumsal İtibar ve Bölgesel Kalkınmadaki Önemi**

ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü.

Bölgesel Kalkınma Kongresi, Balıkesir, Turkey, 14 November 2009 - 16 May 2005

56. **The Effect of The Personality Traits of Political Party Leaders on Voter Preferences A Field Research in Kocaeli Turkey**

İSLAMOĞLU A. H., ALNIAÇIK Ü., ÖZBEK V.

5. International Conference on Political Marketing, Kastoria, Greece, 12 - 14 May 2005

Academic and Administrative Experience

2020 - Continues	Director Of Junior College	Kocaeli University, Ulaştırma Yüksekokulu, Ulaştırma Yüksekokulu
2019 - Continues	Rectorate Commissioner	Kocaeli University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
2018 - Continues	YÖKAK Kurumsal Dış Değerlendirme Komisyonu Üyesi	Kocaeli University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
2015 - Continues	Member of the Senate	Kocaeli University
2019 - 2021	Ethics Committee Member	Kocaeli University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
2019 - 2020	Director of Vocational School	Kocaeli University, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Kandıra Meslek Yüksekokulu
2016 - 2019	Director of Vocational School	Kocaeli University, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Kandıra Meslek Yüksekokulu
2015 - 2019	Head of Department	Kocaeli University, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon
2015 - 2015	Coordinator of Faculty Training Program	Kocaeli Üniversitesi, REKTÖRLÜK

2014 - 2015	Director Of Junior College	Kocaeli University, Kandıra Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
2014 - 2015	Director of Vocational School	Kocaeli University, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Kandıra Meslek Yüksekokulu
2014 - 2015	Yüksekokul Yönetim Kurulu Üyesi	Kocaeli University, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
2011 - 2012	Deputy Head of Department	Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü

Courses

Marketing Research, Undergraduate, 2023 - 2024, 2021 - 2022, 2020 - 2021
Pazarlama Araştırmaları, Postgraduate, 2023 - 2024, 2021 - 2022, 2020 - 2021
İleri Araştırma Teknikleri II, Doctorate, 2023 - 2024, 2021 - 2022, 2020 - 2021
Reklam, Postgraduate, 2023 - 2024, 2021 - 2022, 2020 - 2021
Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği, Postgraduate, 2023 - 2024, 2021 - 2022, 2020 - 2021
İleri Araştırma Teknikleri I, Doctorate, 2023 - 2024, 2021 - 2022, 2020 - 2021
Advertising Management, Undergraduate, 2023 - 2024, 2021 - 2022, 2020 - 2021
Tüketici Davranışları, Postgraduate, 2023 - 2024
Araştırma Yöntemleri, Undergraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Advising Theses

Almaçık Ü., THE EFFECT OF CONSUMER ETHNOCENTRISM AND COUNTRY OF ORIGIN ON THE ATTITUDE TOWARD THE BRAND, PERCEIVED VALUE AND PURCHASE INTENTION: A RESEARCH ON TURKISH AND KOREAN PRODUCTS, Postgraduate, Y.ALMANASREH(Student), 2020
Almaçık Ü., Hizmet hatalarının müşteri memnuniyeti ve müşteri bağlılığı üzerindeki etkisinde müşteri güveninin ılımlaştırıcı rolü: Otomobil servis hizmetleri üzerinde bir uygulama, Postgraduate, E.ECE(Student), 2019
Almaçık Ü., Endüstriyel pazarda satın alma kararını etkileyen faktörler: Elektrik endüstrisi şirketleri üzerinde nitel bir araştırma, Postgraduate, E.MAZHAR(Student), 2019
Almaçık Ü., TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ VE MENŞE ÜLKE ETKİSİNİN ALGILANAN MARKA DEĞERİ VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE VE SUDAN KARŞILAŞTIRMASI, Postgraduate, M.NOURELDEIN(Student), 2019
Almaçık Ü., The effect of post purchase consumer regret and its influence on brand loyalty, Postgraduate, N.OWUOR(Student), 2019
Almaçık Ü., Pazarlama iletişimde kullanılan kıtlık taktiklerinin tüketiciler üzerindeki etkisi ve biliş ihtiyacının rolü, Doctorate, İ.AYVAZ(Student), 2018
Almaçık Ü., Eğitim yayıncılığı sektöründe tutundurma faaliyetlerinin değerlendirilmesi: Öğretmenler üzerinde bir araştırma, Postgraduate, İ.ÖZEL(Student), 2016

Scientific Refereeing

FRONTIERS IN PSYCHOLOGY, Journal Indexed in SSCI, October 2021
JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT, Journal Indexed in SSCI, September 2021
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, Journal Indexed in SSCI, May 2021
Management Research Review, Journal Indexed in ESCI, January 2021
INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT, Journal Indexed in SSCI, March 2020
JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, Journal Indexed in SSCI, January 2013

Mobility Activity

Erasmus Programme, Lecturing, Iriarte University College, Spain, 2023 - 2023
Erasmus Programme, Lecturing, University of Latvia, Latvia, 2019 - 2019
Erasmus Programme, Lecturing, The Hague University, Netherlands, 2014 - 2014
Erasmus Programme, Lecturing, Universidad San Jorge, Spain, 2013 - 2013
Erasmus Programme, Lecturing, Edutus College, Hungary, 2013 - 2013
Erasmus Programme, Lecturing, Tallinn University, Estonia, 2011 - 2011

Metrics

Publication: 103
Citation (WoS): 455
Citation (Scopus): 238
H-Index (WoS): 9
H-Index (Scopus): 5

Research Areas

Marketing, Management of Enterprises, Strategic Marketing and Brand Management

Non Academic Experience

Kocaeli Üniversitesi
GEBZE YÜKSEK TEKNOLOJİ ENSTİTÜSÜ
BOĞAZIÇI ÜNİVERSİTESİ