

Prof. ÜMİT ALNİAÇIK

Personal Information

Email: umit.alniacik@kocaeli.edu.tr

Education Information

Doctorate, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 2005 - 2009
Post Graduate, Kocaeli University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turkey 2001 - 2003
Under Graduate, Kocaeli University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turkey 1995 - 1999

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

Research Areas

Marketing, Management of Enterprises, Strategic Marketing and Brand Management

Academic Titles / Tasks

Professor, Kocaeli University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2019 - Continues
Associate Professor, Kocaeli University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2014 - 2018
Assistant Professor, Kocaeli University, İletişim Fakültesi, Reklamcılık, 2010 - 2013
Lecturer PhD, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü, 2005 - 2010

Academic and Administrative Experience

Rectorate Commissioner, Kocaeli University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2019 - Continues
YÖKAK Kurumsal Dış Değerlendirme Komisyonu Üyesi, Kocaeli University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2018 - Continues
Member of the Senate, Kocaeli University, 2015 - Continues
Ethics Committee Member, Kocaeli University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2019 - 2021
Director of Vocational School, Kocaeli University, Kandıra Meslek Yüksekokulu, 2015 - 2020

Kocaeli Üniversitesi, REKTÖRLÜK, 2015 - 2015

Yüksekökol Yönetim Kurulu Üyesi, Kocaeli University, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekökolü, 2014 - 2015

Director Of Junior College, Kocaeli University, Kandıra Uygulamalı Bilimler Yüksekökolü, 2014 - 2015

Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, 2011 - 2012

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, Post Graduate, Y.ALMANASREH(Student), 2020

Almaçık Ü., TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ VE MENŞE ÜLKE ETKİSİNİN ALGILANAN MARKA DEĞERİ VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE VE SUDAN KARŞILAŞTIRMASI, Post Graduate, M.NOURELDEIN(Student), 2019

Almaçık Ü., Hizmet hatalarının müşteri memnuniyeti ve müşteri bağlılığı üzerindeki etkisinde müşteri güveninin ılımlatıcı rolü: Otomobil servis hizmetleri üzerinde bir uygulama, Post Graduate, E.ECE(Student), 2019

Almaçık Ü., The effect of post purchase consumer regret and its influence on brand loyalty, Post Graduate, N.OWUOR(Student), 2019

Almaçık Ü., Endüstriyel pazarda satın alma kararını etkileyen faktörler: Elektrik endüstrisi şirketleri üzerinde nitel bir araştırma, Post Graduate, E.MAZHAR(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, Post Graduate, İ.ÖZEL(Student), 2016

Articles Published in Journals That Entered SCI, SSCI and AHCI Indexes

- I. **The moderating role of personal value orientation on the links between perceived corporate social performance and purchase intentions**
Almaçık E., Moumen C., Almaçık Ü.
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT, vol.27, no.6, pp.2724-2734, 2020
(Journal Indexed in SSCI)
- II. **Drivers and consequences of customer participation into value co-creation: a field experiment**
Guzel M., Sezen B., Almaçık Ü.
JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT, 2020 (Journal Indexed in SSCI)
- III. **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 (Journal Indexed in SSCI)
- IV. **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
(Journal Indexed in SSCI)
- V. **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 (Journal Indexed in SCI Expanded)

Articles Published in Other Journals

- I. **The moderating role of message framing on the links between organizational identification and**

unethical pro-organizational behavior

ALNIAÇIK E., Kelebek E. F. , ALNIAÇIK Ü.

MANAGEMENT RESEARCH REVIEW, 2021 (Journal Indexed in ESCI)

- II. **Likert Ölçeklerinde Etiketleme Kararları: Kullanılan Etiketler Ölçüm Sonuçlarına Etkiler mi?**
Dursun İ., Alnaçık Ü.
Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, no.33, pp.148-196, 2019 (National Refreed University Journal)
- III. **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, pp.3484-3494, 2019 (Refereed Journals of Other Institutions)
- IV. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- V. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- VI. **PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE KULLANILAN KITLIK TAKTİKLERİNİN TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**
AYVAZ İ., ALNIAÇIK Ü.
Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, vol.18, pp.1-19, 2018 (Refereed Journals of Other Institutions)
- VII. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- VIII. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- IX. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- X. **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)
- XI. **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.35-44, 2017 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XII. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XIII. **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)
- XIV. **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)
- XV. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XVI. **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 (Journal Indexed in ESCI)
- XVII. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XVIII. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XIX. **How Do The Dimensions of Corporate Reputation Affect Prospective Employees Intentions**
Almaçık E., Almaçık Ü., Erdoğan N.
Corporate Reputation Review, vol.15, no.1, pp.3-19, 2012 (Journal Indexed in ESCI)
- XX. **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 (Other Refereed National Journals)
- XXI. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XXII. **Kurumsal İtibarı Oluşturan Farklı Bileşenlerin Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkileri**
ALNIAÇIK Ü.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.4, pp.65-96, 2011 (Other Refereed National Journals)
- XXIII. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XXIV. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XXV. **KÜRESEL EKONOMİK KRİZ DÖNEMİNDE ZEYTİNYAĞI ÜRETİMİŞLETMELERİNİN KARŞILAŞTIĞI PAZARLAMA SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ EDREMİT KÖRFEZİ ÖRNEĞİ**
YILDIRIM S., ALNIAÇIK Ü., ÖZBEK V., KOÇ F.
Balıkesir Üniversitesi Bandırma İİBF Akademik Fener Dergisi, no.14, pp.177-192, 2010 (Other Refereed National Journals)
- XXVI. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XXVII. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)

XXVIII. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)

XXIX. **The Growth of Democracy and Political Marketing Applications in Turkey**

ALNIAÇIK Ü.

AKADEMİK BAKIŞ Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, 2009 (Refereed Journals of Other Institutions)

XXX. **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 (Refereed Journals of Other Institutions)

XXXI. **Tüketicilerin Çevreye Duyarlılığı ve Reklamlardaki Çevreci İddialar**

ALNIAÇIK Ü.

Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, pp.48-79, 2009 (Other Refereed National Journals)

Books & Book Chapters

- I. **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
- II. **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 TUNÇSİPER, FERHAN SAYIN, BURAK HERGÜNER, FATMA İREM AYDIN, Editor, FRONTPAGE PUBLICATIONS LIMITED, London, pp.266-291, 2019
- III. **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
- IV. **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
- V. **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**
İSLAMOĞLU A. H. , ALNIAÇIK Ü.
Beta, İstanbul, 2016
- VI. **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
- VII. **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

- 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. **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
- III. **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
- IV. **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
- V. **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
- VI. **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, Turkey, 9 - 10 March 2019, vol.11, pp.884-890
- VII. **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
- VIII. **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
- IX. **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
- X. **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
- XI. **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
- XII. **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

- XIII. **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
- XIV. **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
- XV. **Likert Ölçeklerinde Seçenek Etiketleme Karmaşası Ve Ölçüm Sonuçlarına Etkileri**
DURSUN İ., ALNIAÇIK Ü.
22. Ulusal Pazarlama Kongresi, Trabzon, Turkey, 28 - 30 September 2017
- XVI. **PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE KULLANILAN KİTİK 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
- XVII. **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
- XVIII. **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
- XIX. **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
- XX. **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
- XXI. **How Professional Accountant s Tax Morale Affects Taxpayer s Tax Morale A study in Balıkesir**
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
- XXII. **How professional accountant s tax morale affects taxpayer s tax morale A study in Balıkesir İsmail Atabay Fatih Koç Ümit Alnıaçık 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
- XXIII. **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
- XXIV. **Factors Affecting the Sales Performance in Industrial B2B Markets A Qualitative Study on Companies Operating in Turkey Uğur Burak Aydın Ümit Alnıaçık**
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
- XXV. **Eğitim Yayıncılığı Sektöründe Tutundurma Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma**

- ÖZEL İ., ALNIAÇIK Ü.
5. ULUSAL İŞLETMECİLİK KONGRESİ, İstanbul, Turkey, 26 - 28 May 2016
- XXVI. **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
- XXVII. **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
- XXVIII. **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
- XXIX. **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
- XXX. **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
- XXXI. **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
- XXXII. **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
- XXXIII. **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
- XXXIV. **Afete Hazırlık Çalışmalarında İkna Edici İletişim**
ALNIAÇIK Ü., GERDAN S.
Türkiye'nin Afet Yönetimi 15. Yuvarlak Masa Toplantısı, Turkey, 11 January 2013
- XXXV. **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
- XXXVI. **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
- XXXVII. **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
- XXXVIII. **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
- XXXIX. **Relationships between career motivation, affective commitment and job satisfaction**

- ALNIAÇIK Ü., ALNIAÇIK E., AKCİN K., ERAT S.
8th International Strategic Management Conference, Barcelona, Spain, 21 - 23 June 2012, vol.58, pp.355-362
- XL. **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
- XLII. **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
- XLIII. **Independent and joint effects of perceived corporate reputation, affective commitment and job satisfaction on turnover intentions**
ALNIAÇIK Ü., CİGERİM E., AKCİN K., BAYRAM O.
7th International Strategic Management Conference, Paris, France, 30 June - 02 July 2011, vol.24
- XLIV. **CAN GLOBAL FINANCIAL CRISIS MAKE AMENDS FOR UNFAIR TREATMENT TO EMPLOYEES?**
ALNIAÇIK Ü., ÖZBEK V., KOÇ F.
6th International Scientific Symposium on Business Administration, Karvina, Czech Republic, 27 - 28 May 2010, pp.1-3
- XLV. **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
- XLVI. **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
- XLVII. **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
- XLVIII. **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
- XLIX. **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
- L. **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
- LI. **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
- LII. **Değer Yargıları ve Tüketimde Çevreci Eğilimler**
ALNIAÇIK Ü., YILMAZ C.
13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Adana, Turkey, 30 October - 01 November 2008
- LIII. **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
- LIII. **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
- LIV. **Kurumsal İtibar ve Bölgesel Kalkınmadaki Önemi**
ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü.
Bölgesel Kalkınma Kongresi, Balıkesir, Turkey, 14 November 2009 - 16 May 2005
- LV. **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

Supported Projects

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

Citations

Total Citations (WOS):301

h-index (WOS):8