

Prof.Dr. ÜMİT ALNIAÇIK

Kişisel Bilgiler

E-posta: umit.alniacik@kocaeli.edu.tr

Eğitim Bilgileri

Doktora, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 2005 - 2009
Yüksek Lisans, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye 2001 - 2003
Lisans, Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Türkiye 1995 - 1999

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

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

Araştırma Alanları

Pazarlama, İşletme Yönetimi, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof.Dr., Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2019 - Devam Ediyor
Doç.Dr., Kocaeli Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2014 - 2018
Yrd.Doç.Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık, 2010 - 2013
Öğretim Görevlisi Dr., Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü, 2005 - 2010

Akademik İdari Deneyim

Rektörlüğe Bağlı Komisyon Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2019 - Devam Ediyor
YÖKAK Kurumsal Dış Değerlendirme Komisyonu Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2018 - Devam Ediyor
Senato Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, 2015 - Devam Ediyor
Etik Kurul Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2019 - 2021
MYO Müdürü, Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, 2015 - 2020
Kocaeli Üniversitesi, REKTÖRLÜK, 2015 - 2015

Yüksekokul Yönetim Kurulu Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 2014 - 2015

Yüksekokul Müdürü, Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, 2014 - 2015

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

Yönetilen Tezler

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, Yüksek Lisans, Y.ALMANASREH(Öğrenci), 2020

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

Almaçık Ü., Hizmet hatalarının müşteri memnuniyeti ve müşteri bağlılığı üzerindeki etkisinde müşteri güveninin ılımlaştırıcı rolü: Otomobil servis hizmetleri üzerinde bir uygulama, Yüksek Lisans, E.ECE(Öğrenci), 2019

Almaçık Ü., The effect of post purchase consumer regret and its influence on brand loyalty, Yüksek Lisans, N.OWUOR(Öğrenci), 2019

Almaçık Ü., Endüstriyel pazarda satın alma kararını etkileyen faktörler: Elektrik endüstrisi şirketleri üzerinde nitel bir araştırma, Yüksek Lisans, E.MAZHAR(Öğrenci), 2019

Almaçık Ü., Pazarlama iletişimde kullanılan kıtlık taktiklerinin tüketiciler üzerindeki etkisi ve biliş ihtiyacının rolü, Doktora, İ.AYVAZ(Öğrenci), 2018

Almaçık Ü., Eğitim yayıncılığı sektöründe tutundurma faaliyetlerinin değerlendirilmesi: Öğretmenler üzerinde bir araştırma, Yüksek Lisans, İ.ÖZEL(Öğrenci), 2016

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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, cilt.27, sa.6, ss.2724-2734, 2020
(SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- 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 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- 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, cilt.14, sa.31, ss.207-222, 2012 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- IV. **How Corporate Social Responsibility Information Influences Stakeholders' Intentions**
ALNIAÇIK Ü., Alniacik E., Genc N.
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT, cilt.18, sa.4, ss.234-245, 2011 (SSCI İndekslerine Giren Dergi)
- V. **Fuzzy logic in legal education**
BALKIR Z. G., ALNIAÇIK Ü., APAYDIN E.
Turkish Online Journal of Distance Education, cilt.12, sa.2, ss.60-69, 2011 (SCI Expanded İndekslerine Giren Dergi)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)

- II. **Likert Ölçeklerinde Etiketleme Kararları: Kullanılan Etiketler Ölçüm Sonuçlarına Etkiler mi?**
Dursun İ., Almaçık Ü.
Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sa.33, ss.148-196, 2019 (Hakemli Üniversite Dergisi)
- III. **MARKA BEĞENİLİRLİĞİNİN MARKA TERCİHİ ÜZERİNE ETKİSİ: CEP TELEFONU SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA**
CESUR Z., ALNIAÇIK Ü.
International Journal of Social Humanities Sciences Research (JSHSR), cilt.6, ss.3484-3494, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.3, ss.161-171, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, sa.5, ss.356-366, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- VI. **PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE KULLANILAN KITLIK TAKTİKLERİNİN TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**
AYVAZ İ., ALNIAÇIK Ü.
Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.18, ss.1-19, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.11, ss.34-43, 2018 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.11, ss.101-108, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- IX. **Eğitim Yayıncılığı Sektöründe Tutundurma Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi: Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma**
ÖZEL İ., ALNIAÇIK Ü.
International Review of Economics and Management, cilt.5, ss.23-41, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.3, ss.1-7, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.11, ss.35-44, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.11, ss.35-43, 2017 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.3, ss.346-355, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.3, sa.4, ss.346-355, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

- 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, cilt.9, ss.71-80, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVI. **The Effect of Moral Philosophy on Individual Intentions toward Socially Responsible Tourism Firms**
KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., AKKILIÇ M. E., VAROL I.
TRIPODOS, sa.37, ss.35-49, 2015 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- 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, cilt.2, ss.36-57, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XVIII. **Tüketici Karar Verme Tarzları Ölçeği Yapısı ve Boyutları**
DURSUN İ., ALNIAÇIK Ü., TÜMER KABADAYI E.
Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, cilt.9, ss.293-304, 2013 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XIX. **How Do The Dimensions of Corporate Reputation Affect Prospective Employees Intentions**
ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü., ERDOĞMUŞ N.
Corporate Reputation Review, cilt.15, sa.1, ss.3-19, 2012 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)
- XX. **Satın Alma Tarzları ve SMS Reklamlara Yönelik Tutumlar Genç Tüketiciler Üzerinde Bir Araştırma**
ALNIAÇIK Ü.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.5, ss.2-20, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXI. **The Impact of Unfair Business Practices on Bank Customers An Experimental Study**
ÖZBEK V., ALNIAÇIK Ü., KOÇ F.
Ege Akademik Bakış Dergisi, cilt.12, ss.23-30, 2012 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXII. **Kurumsal İtibarı Oluşturan Farklı Bileşenlerin Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkileri**
ALNIAÇIK Ü.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.4, ss.65-96, 2011 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.9, ss.83-91, 2011 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.14, ss.507-532, 2010 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXV. **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, sa.14, ss.177-192, 2010 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- XXVI. **Kurumsal İtibar Bileşenlerinin Algılanan Önemi Demografik Özelliklerden Etkilenmekte Midir**
ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü., GENÇ N.
Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.13, ss.93-114, 2010 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.14, ss.177-192, 2010 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
- 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, cilt.10, ss.85-106, 2010 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

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

ALNIAÇIK Ü.

AKADEMİK BAKIŞ Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

XXX. Otobüs İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü Kandıra Gürkan Turizm Örneği

ALNIAÇIK Ü., ÖZBEK V.

Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, cilt.1, ss.125-138, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

XXXI. Tüketicilerin Çevreye Duyarlılığı ve Reklamlardaki Çevreci İddialar

ALNIAÇIK Ü.

Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, ss.48-79, 2009 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Kitap & Kitap Bölümleri

I. Bölüm9: Marka Sermayesinin Kaynaklarının Ölçülmesi: Tüketicinin Zihnini Anlamak

ALNIAÇIK Ü.

Stratejik Marka Yönetimi: Marka Sermayesinin İnşası, Ölçümü ve Yönetimi, Aykan Candemir, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, ss.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.

SELECTED DISCUSSIONS ON SOCIAL SCIENCE RESEARCH, BEDRIYE TUNÇSİPER, FERHAN SAYIN, BURAK HERGÜNER, FATMA İREM AYDIN, Editör, FRONTPAGE PUBLICATIONS LIMITED, London, ss.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.

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

IV. 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

V. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri

İSLAMOĞLU A. H. , ALNIAÇIK Ü.

Beta, İstanbul, 2016

VI. Eğitimler 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

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. **CEP TELEFONU SEKTÖRÜNDE MARKA BEĞENİLİRLİĞİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**
CESUR Z., ALNIAÇIK Ü.
ULUSLARARASI MARMARA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ, 1 - 03 Kasım 2019, ss.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, Türkiye, 16 - 17 Kasım 2019, ss.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, Türkiye, 5 - 06 Ekim 2019, cilt.1, ss.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, Türkiye, 26 Nisan - 28 Mayıs 2019, cilt.1, ss.84-98
- VI. **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
- 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 Ekim 2018
- VIII. **Reklamlardaki Cinsel Öğelerin 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
- 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, Türkiye, 2 - 05 Ekim 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, Çek Cumhuriyeti, 12 - 14 Temmuz 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, Türkiye, 24 - 25 Mayıs 2018, ss.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 Mayıs 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, Portekiz, 27 - 29 Kasım 2017, ss.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, Türkiye, 18 - 21 Ekim 2017, ss.1065
- XV. **Likert Ölçeklerinde Seçenek Etiketleme Karmaşası Ve Ölçüm Sonuçlarına Etkileri**
DURSUN İ., ALNIAÇIK Ü.
22. Ulusal Pazarlama Kongresi, Trabzon, Türkiye, 28 - 30 Eylül 2017
- XVI. **PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE KULLANILAN KİTİK TAKTİKLERİNİN SATIN ALMA NİYETİ VE SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ.**
AYVAZ İ., ALNIAÇIK Ü.
22. Pazarlama Kongresi, Trabzon, Türkiye, 28 - 30 Eylül 2017, ss.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, İtalya, 13 - 15 Eylül 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, Bulgaristan, 8 - 09 Nisan 2017, ss.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, Türkiye, 3 - 05 Kasım 2016, cilt1, ss.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, Türkiye, 3 - 05 Kasım 2016, cilt.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, Türkiye, 28 - 30 Ekim 2016, ss.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, Türkiye, 28 - 30 Ekim 2016, cilt.1, ss.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, Bosna-Hersek, 30 Mayıs - 03 Haziran 2016, cilt.1, ss.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, Türkiye, 2 - 04 Haziran 2016, cilt.1, ss.1-10
- XXV. **Eğitim Yayıncılığı Sektöründe Tutundurma Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma**
ÖZEL İ., ALNIAÇIK Ü.
5. ULUSAL İŞLETMECİLİK KONGRESİ, İstanbul, Türkiye, 26 - 28 Mayıs 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, Bulgaristan, 12 - 13 Mart 2016
- XXVII. **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
- 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, Avusturya, 23 - 25 Temmuz 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, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, ss.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, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, cilt.1, ss.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, İspanya, 9 - 10 Ekim 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, İtalya, 19 - 21 Haziran 2014, cilt.150, ss.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, İtalya, 19 - 21 Haziran 2014, cilt.150, ss.541-551
- XXXIV. **Afete Hazırlık Çalışmalarında İkna Edici İletişim**
ALNIAÇIK Ü., GERDAN S.
Türkiye'nin Afet Yönetimi 15. Yuvarlak Masa Toplantısı, Türkiye, 11 Ocak 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, Letonya, 27 - 29 Haziran 2013, cilt.99, ss.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, Letonya, 27 - 29 Haziran 2013, cilt.99, ss.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, Türkiye, 18 - 21 Ekim 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, Türkiye, 24 - 26 Mayıs 2012, ss.522-526
- XXXIX. **Relationships between career motivation, affective commitment and job satisfaction**
ALNIAÇIK Ü., ALNIAÇIK E., Akcin K., Erat S.
8th International Strategic Management Conference, Barcelona, İspanya, 21 - 23 Haziran 2012, cilt.58, ss.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, İspanya, 21 - 23 Haziran 2012, cilt.58, ss.1336-1343

- XLII. **Satın Alma Tarzları ve SMS Reklamlarına Yönelik Tutumlar Genç Tüketiciler Üzerinde Bir Araştırma**
ALNIAÇIK Ü.
16. Ulusal Pazarlama Kongresi, İstanbul, Türkiye, 22 - 25 Kasım 2011
- XLIII. **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, Fransa, 30 Haziran - 02 Temmuz 2011, cilt.24
- XLIII. **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, Çek Cumhuriyeti, 27 - 28 Mayıs 2010, ss.1-3
- XLIV. **Tüketici Karar Verme Tarzları Ölçeği Türk Tüketicisi İçin Uyarlama**
DURSUN İ., ALNIAÇIK Ü., TÜMER KABADAYI E.
15. Ulusal Pazarlama Kongresi, İzmir, Türkiye, 26 - 29 Ekim 2010
- XLV. **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, Türkiye, 21 - 23 Ekim 2010
- XLVI. **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, Rusya, 24 - 26 Haziran 2010
- XLVII. **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, Hırvatistan, 16 - 18 Haziran 2010
- XLVIII. **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, Türkiye, 27 - 29 Mayıs 2010
- XLIX. **YENİ ÇEVRESEL PARADİGMA ÖLÇEĞİ İLE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ÇEVREYE YÖNELİK TUTUMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ**
ALNIAÇIK Ü., KOÇ F.
Bölgesel Kalkınma Kongresi, Burhaniye/Balıkesir, Türkiye, 14 - 16 Kasım 2009, cilt.1, ss.178-185
- L. **Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği ile Üniversite Öğrencilerinin Çevreye Yönelik Tutumlarının Değerlendirilmesi**
ALNIAÇIK Ü., KOÇ F.
Bölgesel Kalkınma Kongresi, Balıkesir, Türkiye, 14 - 16 Kasım 2009, ss.178-185
- LI. **Değer Yargıları ve Tüketimde Çevreci Eğilimler**
ALNIAÇIK Ü., YILMAZ C.
13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Adana, Türkiye, 30 Ekim - 01 Kasım 2008
- LII. **Üniversite Öğrencilerinin Çevre Sorunlarına Yaklaşımları ve Çevreci Tüketim Eğilimlerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi**
ÖZBEK V., ALNIAÇIK Ü., KOÇ F.
13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Nevşehir, Türkiye, 25 - 29 Ekim 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, Türkiye, 21 - 23 Haziran 2007

LIV. Kurumsal İtibar ve Bölgesel Kalkınmadaki Önemi

ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü.

Bölgesel Kalkınma Kongresi, Balıkesir, Türkiye, 14 Kasım 2009 - 16 Mayıs 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, Yunanistan, 12 - 14 Mayıs 2005

Desteklenen Projeler

ALNIAÇIK Ü., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE KULLANILAN KİTİK TAKTİKLERİNİN TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ, 2017 - 2018

Atıflar

Toplam Atıf Sayısı (WOS):301

h-indeksi (WOS):8