



ÜMİT ALNIAÇIK

PROF. DR.

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

İş Telefonu : [+90 262 303 1510](tel:+902623031510)

Adres : Kocaeli Üniversitesi İşletme Fakültesi Umuttepe
Kampüsü 41010 İzmit Kocaeli

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: 6IOWeSMAAAAJ

ORCID: 0000-0003-2998-355X

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

ScopusID: 37088188800

Yoksis Araştırmacı ID: 47214



Öğrenim Bilgisi

Doktora

2005 - 2009

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

Yüksek Lisans

2001 - 2003

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye

Lisans

1995 - 1999

Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Türkiye

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

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr.
2019 - Devam Ediyor

Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme

Doç. Dr.
2014 - 2018

Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme

Yrd. Doç. Dr.
2010 - 2013

Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık

Öğretim Görevlisi Dr.
2005 - 2010

Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü

Desteklenen Projeler

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

Ödüller

1. Alnıaçık Ü., TÜBİTAK Türkiye Adresli Uluslararası Bilimsel Yayınları Teşvik (UBYT) Programı, Tübitak, Eylül 2021
2. Alnıaçık Ü., Bilimsel Yayın Teşvik Ödülü, Kocaeli Üniversitesi, Nisan 2011

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

1. **Interactive effects of market orientation, innovation orientation and sales control systems on firm performance in B2B markets**
Aydin U. B., ALNIAÇIK Ü.
Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 2024 (SSCI)
2. **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, cilt.57, sa.1, ss.187-202, 2023 (SCI-Expanded)
3. **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, cilt.144, ss.1175-1185, 2022 (SSCI)
4. **The moderating role of personal value orientation on the links between perceived corporate social performance and purchase intentions**
Alnıaçık E., Moumen C., Alnıaçık Ü.
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT, cilt.27, sa.6, ss.2724-2734, 2020 (SSCI)
5. **Drivers and consequences of customer participation into value co-creation: a field experiment**
Guzel M., Sezen B., Alnıaçık Ü.
JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT, cilt.30, ss.1047-1061, 2020 (SSCI)
6. **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)

7. **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)
8. **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)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

1. **Employer branding dimensions: An adapted scale for Eastern Europe**
Grigore G., Chapleo C., Homberg F., Alnaçık Ü., Stancu A.
JOURNAL OF STRATEGIC MARKETING, cilt.31, ss.1-20, 2023 (ESCI)
2. **The moderating role of message framing on the links between organizational identification and unethical pro-organizational behavior**
Alnaçık E., Kelebek E. F., Alnaçık Ü.
MANAGEMENT RESEARCH REVIEW, cilt.45, sa.4, ss.502-523, 2022 (ESCI)
3. **Likert Ölçeklerinde Etiketleme Kararları: Kullanılan Etiketler Ölçüm Sonuçlarına Etkiler mi?**
Dursun İ., Alnaçık Ü.
Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sa.33, ss.148-196, 2019 (Hakemli Dergi)
4. **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, sa.44, ss.3484-3494, 2019 (Hakemli Dergi)
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, cilt.3, ss.161-171, 2019 (Hakemli Dergi)
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, sa.5, ss.356-366, 2019 (Hakemli Dergi)
7. **PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE KULLANILAN KİTİK TAKTİKLERİNİN TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**
AYVAZ İ., ALNIAÇIK Ü.
Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.18, ss.1-19, 2018 (Hakemli Dergi)
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, cilt.11, ss.34-43, 2018 (Hakemli Dergi)
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, cilt.11, ss.101-108, 2017 (Hakemli Dergi)
10. **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 (Hakemli Dergi)

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, cilt.3, ss.1-7, 2017 (Hakemli Dergi)
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, cilt.11, ss.35-43, 2017 (Hakemli Dergi)
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, cilt.3, sa.4, ss.346-355, 2016 (Hakemli Dergi)
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, cilt.3, ss.346-355, 2016 (Hakemli Dergi)
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, cilt.9, ss.71-80, 2015 (Hakemli Dergi)
16. **The Effect of Moral Philosophy on Individual Intentions toward Socially Responsible Tourism Firms**
KOÇ F., ALNIAÇIK Ü., Akkılıç M. E., Varol I.
TRIPODOS, sa.37, ss.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, cilt.2, ss.36-57, 2014 (Hakemli Dergi)
18. **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 (Hakemli Dergi)
19. **How Do The Dimensions of Corporate Reputation Affect Prospective Employees Intentions**
Alnıaçık E., Alnıaçık Ü., Erdoğan N.
Corporate Reputation Review, cilt.15, sa.1, ss.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, cilt.5, ss.2-20, 2012 (Hakemli Dergi)
21. **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 (Hakemli Dergi)
22. **Kurumsal İtibarı Oluşturan Farklı Bileşenlerin Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkileri**
ALNIAÇIK Ü.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.4, ss.65-96, 2011 (Hakemli Dergi)
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, cilt.9, ss.83-91, 2011 (Hakemli Dergi)
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, cilt.14, ss.507-532, 2010 (Hakemli Dergi)
25. **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, sa.14, ss.177-192, 2010 (Hakemli Dergi)
26. **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 (Hakemli Dergi)
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, cilt.14, ss.177-192, 2010 (Hakemli Dergi)
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, cilt.10, ss.85-106, 2010 (Hakemli Dergi)
29. **The Growth of Democracy and Political Marketing Applications in Turkey**
ALNIAÇIK Ü.
AKADEMİK BAKIŞ Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, 2009 (Hakemli Dergi)
30. **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 (Hakemli Dergi)
31. **Tüketicilerin Çevreye Duyarlılığı ve Reklamlardaki Çevreci İddialar**
ALNIAÇIK Ü.
Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, ss.48-79, 2009 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- Turkey**
Alnıaçık Ü.
Corporate Social Responsibility and Employer Attractiveness An International Perspective, Silke Bustamante, Fabio Pizzutilo, Martina Martinovic, Susana Herrero Olarte, Editör, Springer, London/Berlin , Zug, ss.301-318, 2021
- 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
- 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 TUŇSİPER, FERHAN SAYIN, BURAK HERGÜNER, FATMA İREM AYDIN, Editör, FRONTPAGE PUBLICATIONS LIMITED, London, ss.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.
Studies on Balkan and Near Eastern Social Sciences, Rasim Yılmaz Günther Löschnigg, Editör, PETER LANG, Frankfurt, ss.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.
Studies on Balkan and Near Eastern Social Sciences, Rasim Yılmaz, Günther Löschnigg, Editör, Peter Lang GmbH, Frankfurt, ss.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

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

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, Bulgaristan, 8 - 09 Nisan 2023, cilt.1, sa.27, ss.582-595
2. **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
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, Türkiye, 16 - 17 Kasım 2019, ss.631-654
4. **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
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, Türkiye, 5 - 06 Ekim 2019, cilt.1, ss.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, Türkiye, 26 Nisan - 28 Mayıs 2019, cilt.1, ss.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, Türkiye, 9 - 10 Mart 2019, cilt.11, ss.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 Ekim 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, Türkiye, 29 - 30 Eylül 2018, cilt.9, ss.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, Türkiye, 2 - 05 Ekim 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, Çek Cumhuriyeti, 12 - 14 Temmuz 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, Türkiye, 24 - 25 Mayıs 2018, ss.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 Mayıs 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, Portekiz, 27 - 29 Kasım 2017, ss.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, Türkiye, 18 - 21 Ekim 2017, ss.1065
16. **Likert Ölçeklerinde Seçenek Etiketleme Karmaşası Ve Ölçüm Sonuçlarına Etkileri**
DURUN İ., ALNIAÇIK Ü.
22. Ulusal Pazarlama Kongresi, Trabzon, Türkiye, 28 - 30 Eylül 2017
17. **PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE KULLANILAN KITLIK 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
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, İtalya, 13 - 15 Eylül 2017
19. **Halka İlişkiler Öğrencilerinin Mesleğe Bakışı: Birey-Meslek Uyumu Açısından Bir Değerlendirme**
Koç F., Alnıaçık Ü., Çetin O., Aksu B.
International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Ruse, Bulgaristan, 8 - 09 Nisan 2017, ss.873
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, Türkiye, 3 - 05 Kasım 2016, cilt1, ss.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, Türkiye, 3 - 05 Kasım 2016, cilt.1
22. **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
23. **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

24. **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
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, Türkiye, 2 - 04 Haziran 2016, cilt.1, ss.1-10
26. **Eğitim Yayıncılığı Sektöründe Tutundurma Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma**
ÖZEL İ., ALNIAÇIK Ü.
5. ULUSAL İŞLETMECİLİK KONGRESİ, İstanbul, Türkiye, 26 - 28 Mayıs 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, Bulgaristan, 12 - 13 Mart 2016
28. **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
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, Avusturya, 23 - 25 Temmuz 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, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, ss.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, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, cilt.1, ss.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, İspanya, 9 - 10 Ekim 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, İtalya, 19 - 21 Haziran 2014, cilt.150, ss.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, İtalya, 19 - 21 Haziran 2014, cilt.150, ss.541-551
35. **Afete Hazırlık Çalışmalarında İkna Edici İletişim**
ALNIAÇIK Ü., GERDAN S.
Türkiye'nin Afet Yönetimi 15. Yuvarlak Masa Toplantısı, Türkiye, 11 Ocak 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, Letonya, 27 - 29 Haziran 2013, cilt.99, ss.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, Letonya, 27 - 29 Haziran 2013, cilt.99, ss.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, Türkiye, 18 - 21 Ekim 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, Türkiye, 24 - 26 Mayıs 2012, ss.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, İspanya, 21 - 23 Haziran 2012, cilt.58, ss.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, İspanya, 21 - 23 Haziran 2012, cilt.58, ss.355-362
42. **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
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, Fransa, 30 Haziran - 02 Temmuz 2011, cilt.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, Çek Cumhuriyeti, 27 - 28 Mayıs 2010, ss.1-3
45. **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
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, Türkiye, 21 - 23 Ekim 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, Rusya, 24 - 26 Haziran 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, Hırvatistan, 16 - 18 Haziran 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, Türkiye, 27 - 29 Mayıs 2010

50. **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
51. **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
52. **Değer Yargıları ve Tüketimde Çevreci Eğilimler**
ALNIAÇIK Ü., YILMAZ C.
13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Adana, Türkiye, 30 Ekim - 01 Kasım 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, Türkiye, 25 - 29 Ekim 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, Türkiye, 21 - 23 Haziran 2007
55. **Kurumsal İtibar ve Bölgesel Kalkınmadaki Önemi**
ALNIAÇIK E., ALNIAÇIK Ü.
Bölgesel Kalkınma Kongresi, Balıkesir, Türkiye, 14 Kasım 2009 - 16 Mayıs 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, Yunanistan, 12 - 14 Mayıs 2005

Akademik İdari Deneyim

2020 - Devam Ediyor	Yüksekokul Müdürü	Kocaeli Üniversitesi, Ulaştırma Yüksekokulu, Ulaştırma Yüksekokulu
2019 - Devam Ediyor	Rektörlüğe Bağlı Komisyon Üyesi	Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
2018 - Devam Ediyor	YÖKAK Kurumsal Dış Değerlendirme Komisyonu Üyesi	Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
2015 - Devam Ediyor	Senato Üyesi	Kocaeli Üniversitesi
2019 - 2021	Etik Kurul Üyesi	Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
2019 - 2020	MYO Müdürü	Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Kandıra Meslek Yüksekokulu
2016 - 2019	MYO Müdürü	Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Kandıra Meslek Yüksekokulu
2015 - 2019	Bölüm Başkanı	Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon

2015 - 2015	Öğretim Üyesi Yetiştirme Programı	Kocaeli Üniversitesi, REKTÖRLÜK
2014 - 2015	Koordinatörü Yüksekokul Müdürü	Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
2014 - 2015	MYO Müdürü	Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Kandıra Meslek Yüksekokulu
2014 - 2015	Yüksekokul Yönetim Kurulu Üyesi	Kocaeli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
2011 - 2012	Bölüm Başkan Yardımcısı	Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü

Verdiği Dersler

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

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., 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., Endüstriyel pazarda satın alma kararını etkileyen faktörler: Elektrik endüstrisi şirketleri üzerinde nitel bir araştırma, Yüksek Lisans, E.MAZHAR(Öğrenci), 2019
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., The effect of post purchase consumer regret and its influence on brand loyalty, Yüksek Lisans, N.OWUOR(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

Bilimsel Hakemlikler

FRONTIERS IN PSYCHOLOGY, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ekim 2021
JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT, SSCI Kapsamındaki Dergi, Eylül 2021
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mayıs 2021

Management Research Review, ESCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2021

INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mart 2020

JOURNAL OF BUSINESS ETHICS, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2013

Akademik Dolařım Faaliyetleri

Erasmus Programı, Ders Verme, Iriarte University College, İspanya, 2023 - 2023

Erasmus Programı, Ders Verme, University of Latvia, Letonya, 2019 - 2019

Erasmus Programı, Ders Verme, The Hague University, Hollanda, 2014 - 2014

Erasmus Programı, Ders Verme, Universidad San Jorge, İspanya, 2013 - 2013

Erasmus Programı, Ders Verme, Edutus College, Macaristan, 2013 - 2013

Erasmus Programı, Ders Verme, Tallinn University, Estonya, 2011 - 2011

Metrikler

Yayın: 104

Atıf (WoS): 492

Atıf (Scopus): 271

H-İndeks (WoS): 10

H-İndeks (Scopus): 6

Araştırma Alanları

Pazarlama, İşletme Yönetimi, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi

Akademi Dışı Deneyim

Kocaeli Üniversitesi

GEBZE YÜKSEK TEKNOLOJİ ENSTİTÜSÜ

BOĞAZIÇI ÜNİVERSİTESİ