

Asst. Prof. ABDÜLKADİR ÖZTÜRK

Personal Information

Office Phone: +90 464 223 6126 Extension: 5167

Email: abdukkadir.ozturk@erdogan.edu.tr

Web: <https://avesis.erdogan.edu.tr/abdukkadir.ozturk>

Address: T.C. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Fener Mahallesi, Zihni Derin Yerleşkesi
53100 Merkez/RİZE

Education Information

Doctorate, Sakarya University, Institute Of Social Sciences, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Turkey 2012 - 2017

Postgraduate, Keller Graduate School of Management of Devry University, Master Degree Of Business Administration,
United States Of America 2006 - 2008

Undergraduate, Karadeniz Technical University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri, Turkey 2000 - 2004

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, Politik tüketici davranışlarının belirleyicileri üzerine bir araştırma, Sakarya University, Sosyal Bilimler
Enstitüsü, İşletme, 2017

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Assistant Professor, Recep Tayyip Erdogan University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2017 - Continues

Lecturer, Recep Tayyip Erdogan University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2014 - 2017

Academic and Administrative Experience

Erasmus Coordinator, Recep Tayyip Erdogan University, 2021 - Continues

Director of Continuing Education Center, Recep Tayyip Erdogan University, 2017 - Continues

Deputy Head of Department, Recep Tayyip Erdogan University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2017 - 2021

Courses

Marketing Strategies, Undergraduate, 2020 - 2021
Giriřimcilik II, Undergraduate, 2019 - 2020
Principles Of Marketing, Undergraduate, 2020 - 2021
Profesyonel Satışcılık, Postgraduate, 2019 - 2020
Giriřimcilik I, Undergraduate, 2019 - 2020
Tüketici Davranışlarında Seçme Konular, Doctorate, 2019 - 2020
Reklam Yönetimi, Postgraduate, 2019 - 2020
Marka Yönetimi, Postgraduate, 2018 - 2019
GİRİŐİMÇİLİK 1, Undergraduate, 2014 - 2015, 2015 - 2016, 2016 - 2017

Advising Theses

ÖZTÜRK A., Sembolik tüketimin marka sadakati yaratma üzerine etkisi, Postgraduate, U.Erkuş(Student), 2019
ÖZTÜRK A., Hizmet işletmelerinde iç mekan estetiğinin satın alma niyeti üzerine etkisi: Rize İli bir kafe örneği,,
Postgraduate, E.řahin(Student), 2019

Articles Published in Other Journals

- I. **The Effect of Online Coupons and the Ease of One Click Payment Process on Online Impulse Buying**
Öztürk A., Kırmızııkaya A., Akın M. S.
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, no.33, pp.19-36, 2021 (Other Refereed National Journals)
- II. **COVID-19 Sürecinde Online Yemek Sipariřlerinde Teknolojinin Kabulü**
DİLEK Ö., ÖZTÜRK A.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.56, no.3, pp.1313-1332, 2021 (Other Refereed National Journals)
- III. **The Effect of Emotional Benefit of Cute Products on Impulsive Buying Behavior**
Öztürk A., Kırmızııkaya A., Akın M. S.
İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, vol.10, no.3, pp.2975-2991, 2021 (Other Refereed National Journals)
- IV. **The Effect of COVID-19 Pandemic on the Buying Behavior in Complementary and Alternative Medicine Products: A Study in the Framework of the Theory of Planned Behavior**
Öztürk A., Dilek Ö.
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, vol.19, no.3, pp.58-76, 2021 (Other Refereed National Journals)
- V. **The Effect of Retail Store Ambient Olfactory on Consumer Purchase Intention**
Öztürk A., Berber G., Marař Çakır E.
Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.31, no.3, pp.1261-1272, 2021 (National Refreed University Journal)
- VI. **Tüketici Sosyal İhtiyaçlarının Marka Sadakati Oluřturma Üzerine Etkisi**
ERKUŞ U., ÖZTÜRK A.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, vol.12, no.2, pp.586-599, 2021 (Other Refereed National Journals)
- VII. **Tüketici Boykot Davranışının Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma: Ağızdan Ağıza İletişimin Aracılık Rolü**
ÖZTÜRK A., NART S.
Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, vol.20, no.78, pp.660-687, 2021 (Other Refereed National Journals)
- VIII. **Reklam Müziđinin Marka Bilinirliđi ve Satın Alma Niyetine Etkisi**
ÖZTÜRK A., Balyař B.
Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi, vol.5, no.1, pp.136-155, 2021 (Other Refereed National Journals)
- IX. **Validity and Reliability of Turkish Adaptation of the Store Personality Scale**
Çakrođlu K. I., Öztürk A.
BUSINESS MANAGEMENT STUDIES:AN INTERNATIONAL JOURNAL, vol.8, no.5, pp.4273-4299, 2020 (Other

Refereed National Journals)

- X. **Tüketicilerin Anneler Gününde Hediye Satın Alma Davranışlarının Sebepli Davranış Teorisi Bağlamında İncelenmesi**
ÖZTÜRK A., TEMİZKAN V.
Sosyal Bilimler Ekev Akdemi Dergisi, no.76, pp.37-56, 2018 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XI. **Materyalizm - Moda Giyim İlgilenimi - Plansız Satına Alma İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**
ÖZTÜRK A., Nart S.
Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi, vol.2, no.3, pp.45-55, 2016 (Refereed Journals of Other Institutions)
- XII. **ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN PERSPEKTİFİNDEN POLİTİK TÜKETİME KATILIM**
ÖZTÜRK A., Nart S.
Global Journal of Economics and Business Studies, vol.5, no.9, pp.62-73, 2016 (International Refereed University Journal)
- XIII. **Tüketicilerin Helal Tüketim Davranışlarının Belirleyicileri: Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir Araştırma**
ÖZTÜRK A., Nart S., Altunışık R.
International Journal of Islamic Economics and Finance Studies, vol.1, no.2, pp.141-160, 2015 (Refereed Journals of Other Institutions)

Books & Book Chapters

- I. **Legacy of the COVID- 19 Pandemic: The Increasing Importance of Hybrid Marketing**
Öztürk A., Temizkan V.
in: New Normal and New Rules in International Trade, Economics and Marketing, Burak Darici,Fatih AYHAN,Candy Lim CHIU, Editor, Peter Lang Publishing, Inc., Berlin, pp.209-220, 2021
- II. **Circular Economy from the Point of Consumption Relations: Consumer's Role in Maintaning Circular Process**
NART S., ÖZTÜRK A.
in: Contemporary Issues in Social Science Vol: 106, Simon Grima, Ercan Özen, Hakan Boz, Editor, Emerald Publishing Limited, Bingley, Bingley, pp.67-79, 2021
- III. **Changes in Consumer Behavior After the Covid-19 Pandemic**
Öztürk A.
in: Inferences from The Covid- 19 Pandemic: A Multidisciplinary Research, Muhammed Ali Yetgin,Osman Kurter,Volkan Temizkan, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.137-151, 2020
- IV. **Dijital Çağda Politik Tüketicilik: Çevreci Yaklaşım Üzerine Bir Uygulama**
ÖZTÜRK A., NART S.
in: Etik Pazarlama Dijital Çağın Getirdikleri, Dr. Emre Yıldırım, Editor, Gazi Kitabevi, pp.71-92, 2020
- V. **Pazarlama Alanında Yetenek 4.0**
NART S., ÖZTÜRK A.
in: Çalışma Yaşamında Yetenek 4.0, Senem Nart, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., pp.69-88, 2020
- VI. **RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİ MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI**
Çakıroğlu K. I. , Öztürk A., Sert M. F. , Bektaş M., Kartal B. (Editor)
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI, Ankara, 2019
- VII. **RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ'NDE ÖĞRENİM GÖREN ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERE İLİŞKİN ÜNİVERSİTE MEMNUNİYETİNE YÖNELİK NİCEL ARAŞTIRMA**
KARTAL B., ÖZTÜRK A.
in: RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİ MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI, KARTAL,B., Editor, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Yayınları, Ankara, pp.53-100, 2019
- VIII. **The Politics of Purchasing: Ethical Consumerism in Turkey**
ÖZTÜRK A., Nart S., Altunışık R.

in: Ethics, Social Responsibility and Sustainability in Marketing, Ipek Altinbasak-Farina ve Sebnem Burnaz, Editor, Springer, Gateway East, pp.3-18, 2019

IX. Tüketici Olarak Gücümüzden Ne Kadar Haberdarız? Bilinçli Tüketim ve Tüketici Aktivizmi
ÖZTÜRK A., NART S.

in: Tüketimin 1001 Hali, Altunışık, Remzi, Editor, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., pp.239-256, 2019

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. TÜRKİYE'DEKİ SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ ZORLAYICI POLİTİKALAR SONRASINDAKİ SOSYAL MEDYA KULLANIMINDA ALTERNATİF ARAYIŞLAR VE DEĞİŞİMLER**
ÖZTÜRK A., ERKAN C., ERKUŞ U.
MEDITERRANEAN SUMMIT 5th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS, Mersin, Turkey, 07 August 2021, pp.60-75
- II. Kargo Hizmet Kalite Algısının E- Wom Üzerine Etkisi**
ÖZTÜRK A., BERBER G.
Selçuk Zirvesi 4. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 24 - 25 July 2021, pp.40-42
- III. The Effects of Covid-19 Process on Consumer Digital Service Usage**
ÖZTÜRK A., DİLEK Ö.
ATLAS 8TH INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS June 11- 13, 2021 / Ankara, TURKEY, Ankara, Turkey, 11 - 13 June 2021, pp.1-13
- IV. Effectiveness of Social Responsibility Advertising: AIDA Model**
Öztürk A., Akın M. S.
VI. INTERNATIONAL EUROPEAN CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES, Kyiv, Ukraine, 4 - 06 June 2021, pp.369-378
- V. THE POLITICS OF PURCHASING: ETHICAL CONSUMERISM IN TURKEY**
ÖZTÜRK A., NART S., ALTUNIŞIK R.
7th International Conference on Governance, Fraud, Ethic and Social Responsibility, İstanbul, Turkey, 10 - 11 November 2016, pp.72-80
- VI. MATERYALİZM VE PLANSIZ SATINA ALMA DAVRANIŞINDA MODA GİYİM İLGİLENİMİNİN ARACILIK ROLÜ**
NART S., ÖZTÜRK A., KUTLU E.
1.ULUSLARARASI KARADENİZ İŞLETMECİLİK SEMPOZYUMU, Giresun, Turkey, 16 - 18 May 2016, pp.89-98

Supported Projects

ÇAKIROĞLU K. I. , ÖZTÜRK A., KARTAL B., SERT M. F. , Project Supported by Higher Education Institutions, Türkiye Çay Pazarında Tüketicilerin Çaya Yönelik Tutumu ve Çayın Algılanan Kalitesinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma, 2020 - Continues

KARTAL B., ÖZTÜRK A., SERT M. F. , TUZCU Ö., ALTUNALAN Ö., Yılmaz İ., ÇAKIROĞLU K. I. , BEKTAŞ M., Project Supported by Higher Education Institutions, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde Eğitim Gören Uluslararası Öğrencilerin Üniversiteye Bakış Açuları Memnuniyet Düzeylerinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma Projesi, 2018 - 2020