

Assoc. Prof. ABDÜLKADİR ÖZTÜRK

Personal Information

Office Phone: [+90 464 223 6126](tel:+904642236126) Extension: 5167

Email: abdulkadir.ozturk@erdogan.edu.tr

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

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

International Researcher IDs

ScholarID: 7DRMz1IAAAAJ

ORCID: 0000-0002-1855-8892

Publons / Web Of Science ResearcherID: JMR-1559-2023

ScopusID: 57368867000

Yoksis Researcher ID: 34175

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

Associate Professor, Recep Tayyip Erdogan University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2023 - Continues

Assistant Professor, Recep Tayyip Erdogan University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2017 - 2023

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

Academic and Administrative Experience

Vice Dean, Recep Tayyip Erdogan University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 2024 - Continues
Erasmus Program Institutional Coordinator, Recep Tayyip Erdogan University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2021 - Continues
Director of Continuing Education Center, Recep Tayyip Erdogan University, 2020 - 2023
Deputy Head of Department, Recep Tayyip Erdogan University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2017 - 2021
Director of Continuing Education Center, Recep Tayyip Erdogan University, 2017 - 2020

Courses

Consumer Behavior, Postgraduate, 2023 - 2024, 2022 - 2023
Principles of Marketing, Undergraduate, 2023 - 2024, 2022 - 2023
Entrepreneurship I, Undergraduate, 2023 - 2024, 2022 - 2023
Principles Of Marketing, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021
Marketing Strategies, Undergraduate, 2020 - 2021
Girişimcilik II, Undergraduate, 2019 - 2020
Profesyonel Satışçılık, Postgraduate, 2019 - 2020
Girişimcilik I, Undergraduate, 2019 - 2020
Tüketici Davranışlarında Seçme Konular, Doctorate, 2019 - 2020
Reklam Yönetimi, Postgraduate, 2019 - 2020
GİRİŞİMCİLİK 2, Undergraduate, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
GİRİŞİMCİLİK 2, Undergraduate, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
GİRİŞİMCİLİK 1, Undergraduate, 2016 - 2017, 2015 - 2016
GİRİŞİMCİLİK 1, Undergraduate, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

Advising Theses

Öztürk A., The Effect of Green Marketing Mix on Brand Loyalty: Example of Personal Care And Hygiene Products, Doctorate, G.BERBER(Student), 2024
Öztürk A., A Research on the Determinants of E-Wom Engagement in Social Media Platforms within the Scope of Social Commerce and Its Effect on Purchase Intention, Doctorate, M.Said(Student), 2024
Öztürk A., Covid-19 Pandemi Döneminde E-Perakendecilikte Çevrimiçi Müşteri Deneyiminin Çevrimiçi Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi, Postgraduate, G.KALENDER(Student), 2023
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.Şahin(Student), 2019

Articles Published in Other Journals

- I. **Bibliometric Analysis of Studies on Social Media Marketing Activities**
KIRMIZIKAYA A., ÖZTÜRK A.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.15, no.3, pp.830-844, 2024 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Yeşil Pazarlama Çalışmalarının Tüketiciler ve İşletmeler Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Bir İçerik Analizi**
BERBER G., ÖZTÜRK A.
JOURNAL OF THE HUMAN AND SOCIAL SCIENCE RESEARCHES, vol.12, no.5, pp.2687-2707, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **The effect of consumers' sustainability and halal-focused value orientations on sustainable consumption**

NART S., ÖZTÜRK A., ALTUNIŞIK R.

Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi, vol.5, no.2, pp.57-63, 2023 (Peer-Reviewed Journal)

- IV. **Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (E-wom) Katılımının Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Sosyal Ticaret Örneği**
Akn M. S., Öztürk A.
Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, vol.9, no.2, pp.231-249, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Girişimcilik Faaliyetlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisi: 10 Büyük Yükselen Piyasa Ekonomisinden Kanıtlar**
Altner A., Öztürk A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS AND POLITICS, vol.7, no.2, pp.352-366, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Covid-19 Pandemisi Sürecinde Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarındaki Değişimlerin İncelenmesi**
ERKAN C., ERKUŞ U., ÖZTÜRK A.
FISCAOECONOMIA, vol.7, no.2, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Çay İçecek Pazarında Tüketim Alışkanlıklarının İçerik Analizi ve Metin Madenciliği ile Değerlendirilmesi**
Çakıroğlu K. I., Kartal B., Öztürk A., Sert M. F.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.57, no.4, pp.3109-3136, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Reklamlardaki Sevimli Karakter İlgisinin Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi**
ÖZTÜRK A., AKIN M. S., KIRMIZIKAYA A.
Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.24, no.2, pp.569-582, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **The Effect of Halal Product Knowledge, Halal Awareness, Perceived Psychological Risk and Halal Product Attitude on Purchasing Intention**
Öztürk A.
Business and Economics Research Journal, vol.13, no.1, pp.127-141, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **The Effect of Privacy Perception on Social Media on Attitude Towards Social Media Usage**
ÖZTÜRK A., ERKAN C., ERKUŞ U.
Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, vol.17, no.65, pp.79-94, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **İç Mekân Estetiğinin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi**
Şahin E., Öztürk A.
Manas Journal of Social Studies, vol.11, no.1, pp.374-388, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **The Effect of Online Coupons and the Ease of One Click Payment Process on Online Impulse Buying**
Öztürk A., Kırmızıyaka A., Akın M. S.
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, no.33, pp.19-36, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **The Effect of Emotional Benefit of Cute Products on Impulsive Buying Behavior**
Öztürk A., Kırmızıyaka A., Akın M. S.
İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, vol.10, no.3, pp.2975-2991, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **COVID-19 Sürecinde Online Yemek Siparişlerinde Teknolojinin Kabulü**
Dilek Ö., Öztürk A.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.56, no.3, pp.1313-1332, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **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 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **The Effect of Retail Store Ambient Olfactory on Consumer Purchase Intention**
Öztürk A., Berber G., Maraş Çakır E.
Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.31, no.3, pp.1261-1272, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **Tüketici Sosyal İhtiyaçlarının Marka Sadakati Oluşturma Üzerine Etkisi**
Erkuş U., Öztürk A.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, vol.12, no.2, pp.586-599, 2021 (Peer-Reviewed Journal)

- XVIII. **Reklam Müziğinin Marka Bilinirliği ve Satın Alma Niyetine Etkisi**
Öztürk A., Balyaş B.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS AND POLITICS, vol.5, no.1, pp.136-155, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **Tüketici Boykot Davranışının Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma: Ağızdan Ağıza İletişimin Aracılık Rolü**
Öztürk A., Nart S.
Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (elektronik), vol.20, no.78, pp.660-687, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **Validity and Reliability of Turkish Adaptation of the Store Personality Scale**
Çakıroğlu K. I., Öztürk A.
Business and Management Studies: An International Journal, vol.8, no.5, pp.4273-4299, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **Tüketicilerin Anneler Gününde Hediye Satın Alma Davranışlarının Sebep Davranış Teorisi Bağlamında İncelenmesi**
Öztürk A., Temizkan V.
Sosyal Bilimler Ekev Akademi Dergisi, no.76, pp.37-56, 2018 (Peer-Reviewed Journal)
- XXII. **Üniversite Öğrencilerinin Perspektifinden Politik Tüketime Katılım**
Öztürk A., Nart S.
Global Journal of Economics and Business Studies, vol.5, no.9, pp.62-73, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIII. **Materyalizm - Moda Giyim ilgilenimi - 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 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIV. **Tüketicilerin Helal Tüketim Davranışlarının Belirleyicileri:Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir Araştırma**
Öztürk A., Nart S., Altunışık R.
ULUSLARARASI İSLAM EKONOMİSİ VE FINANSI ARAŞTIRMALARI DERGİSİ, vol.1, no.2, pp.141-160, 2015 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Pazarlama Disiplini Çerçevesinde Sürdürülebilirlik**
Çakıroğlu K. I., Öztürk A.
in: Pazarlama Disiplini Çerçevesinde Sürdürülebilirlik, Prof. Dr. Salih YILDIZ, Doç. Dr. Büşra TOSUNOĞLU, Doç. Dr. Emel YILDIZ, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.89-108, 2024
- II. **Spor Pazarlaması**
ÖZTÜRK A., TEMİZKAN V.
in: Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar 3, YILDIZ SALİH, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.1-20, 2024
- III. **Etik Pazarlama**
TEMİZKAN V., ÖZTÜRK A.
in: Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar 2, Prof. Dr. Salih YILDIZ, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.72-85, 2023
- IV. **İşletme ve İnsan Hakları**
ÖZTÜRK A., TEMİZKAN V.
in: İnsan Hakları, Doç. Dr. Bekir GÜZEL, Editor, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık, Ankara, pp.197-213, 2023
- V. **Girişimci Pazarlama**
TEMİZKAN V., ÖZTÜRK A.
in: Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar, Salih Yıldız, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.217-234, 2022
- VI. **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

VII. Digital Public Relations as a Marketing Communication Tool: Examining Five Brands with High Interaction on Facebook

TEMİZKAN V., ÖZTÜRK A.

in: To Understand the Future Management: Managing through Digital Transformation, Yavuz Tansoy Yıldırım, Editor, Peter Lang, Berlin, pp.83-94, 2021

VIII. Legacy of the COVID- 19 Pandemic: The Increasing Importance of Hybrid Marketing

ÖZTÜRK A., TEMİZKAN V.

in: New Normal and New Rules in International Trade, Economics and Marketing, Fatih AYHAN, Burak Darici ve Candy Lim CHIU, Editor, PETER LANG, Berlin, pp.209-220, 2021

IX. 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

X. 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, Ankara, pp.71-92, 2020

XI. 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

XII. 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

XIII. 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

XIV. The Politics of Purchasing: Ethical Consumerism in Turkey

Öztürk A., Nart S., Altunışık R.

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

XV. 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

XVI. Perakendecilikte Fiyatlandırma

ÖZTÜRK A.

in: Perakende Yönetimi Stratejik Bir Yaklaşım, Ustaahmetoğlu Erol, Editor, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, pp.407-438, 2018

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

I. Etmen Tabanlı Benzetim ile Türkiye'de Çay Pazarının Geleceği

Sert M. F., Kartal B., Çakıroğlu K. I., Öztürk A.

42. Yöneyem Araştırması Endüstri Mühendisliği Ulusal Kongresi (YAEM2023 Kongresi), Gaziantep, Turkey, 1 - 03 November 2023, pp.87-88

II. A Qualitative Research on Tea Culture in Turkey From a Consumer Perspective

Çakıroğlu K. I., Kartal B., Öztürk A., Sert M. F.

INTERNATIONAL TEA CONGRESS "industrial, cultural and economic dimensions", Lankaran, Azerbaijan, 13 - 15 May 2022, pp.50-51

- III. **Kişisel Bakım Perakende Mağaza Renklerinin Mağaza Tutumuna Etkisi**
ÖZTÜRK A., Balyaş B.
Black Sea Summit 8th International Social Sciences Congress, Ordu, Turkey, 5 - 06 March 2022, pp.11-12
- IV. **Marka Aşkının Pozitif Ağızdan Ağıza İletişim İle Satın Alma Niyetine Etkisi: Trabzonspor Örneği**
ÖZTÜRK A., KIRMIZIKAYA A.
ICESSEER 3rd International Congress on Empirical Social Sciences, Economy, Management and Education Researches, Ankara, Turkey, 22 - 23 January 2022
- V. **Can Halal Be an Antecedent of Sustainable Consumption? Evidence from Turkish Consumer Market**
NART S., ÖZTÜRK A., ALTUNIŞIK R.
11th Global Islamic Marketing Conference, Antalya, Turkey, 6 - 08 April 2021
- VI. **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
- VII. **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
- VIII. **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
- IX. **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
- X. **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
- XI. **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
- XII. **Tüketicilerin Helal Tüketim Davranışlarının Belirleyicileri: Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir Araştırma**
ÖZTÜRK A., NART S.
International Congress on Islamic Economics and Finance, Sakarya, Turkey, 21 - 23 October 2015

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 - 2023
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

Metrics

Publication: 52

H-Index (WoS): 1