

Doç.Dr. ABDÜLKADİR ÖZTÜRK

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 464 223 6126](tel:+904642236126) Dahili: 5167

E-posta: abdulkadir.ozturk@erdogan.edu.tr

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

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: 7DRMz1IAAAAJ

ORCID: 0000-0002-1855-8892

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

Yoksis Araştırmacı ID: 34175

Eğitim Bilgileri

Doktora, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Türkiye 2012 - 2017

Yüksek Lisans, Keller Graduate School of Management of DeVry University, Master Degree Of Business Administration, Amerika Birleşik Devletleri 2006 - 2008

Lisans, Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri, Türkiye 2000 - 2004

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

Doktora, Politik tüketici davranışlarının belirleyicileri üzerine bir araştırma, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, 2017

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç.Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2023 - Devam Ediyor

Dr.Öğr.Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2017 - 2023

Öğretim Görevlisi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2014 - 2017

Akademik İdari Deneyim

Erasmus Koordinatörü, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, 2021 - Devam Ediyor
Sürekli Eğitim Merkezi Müdürü, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, 2020 - 2023
Bölüm Başkan Yardımcısı, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2017 - 2021
Sürekli Eğitim Merkezi Müdürü, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, 2017 - 2020

Verdiği Dersler

Tüketici Davranışları, Yüksek Lisans, 2023 - 2024, 2022 - 2023
Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2023 - 2024, 2022 - 2023
Girişimcilik I, Lisans, 2023 - 2024, 2022 - 2023
Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021
Pazarlama Stratejileri, Lisans, 2020 - 2021
Girişimcilik II, Lisans, 2019 - 2020
Profesyonel Satışçılık, Yüksek Lisans, 2019 - 2020
Girişimcilik I, Lisans, 2019 - 2020
Tüketici Davranışlarında Seçme Konular, Doktora, 2019 - 2020
Reklam Yönetimi, Yüksek Lisans, 2019 - 2020
GİRİŞİMCİLİK 2, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
GİRİŞİMCİLİK 2, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
GİRİŞİMCİLİK 1, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016
GİRİŞİMCİLİK 1, Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015

Yönetilen Tezler

Öztürk A., Yeşil Pazarlama Karmasının Marka Sadakatine Etkisi: Kişisel Bakım ve Hijyen Ürünleri Örneği, Doktora, G.BERBER(Öğrenci), 2024
Öztürk A., Sosyal Ticaret Kapsamında Sosyal Medya Platformlarında E-wom Katılımının Belirleyicileri ve Satın Alma Niyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma, Doktora, M.Said(Öğrenci), 2024
Öztürk A., Covid-19 Pandemi Döneminde E-Perakendecilikte Çevrimiçi Müşteri Deneyiminin Çevrimiçi Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi, Yüksek Lisans, G.KALENDER(Öğrenci), 2023
ÖZTÜRK A., Sembolik tüketimin marka sadakati yaratma üzerine etkisi, Yüksek Lisans, U.Erkuş(Öğrenci), 2019
ÖZTÜRK A., Hizmet işletmelerinde iç mekan estetiğinin satın alma niyeti üzerine etkisi: Rize İli bir kafe örneği,, Yüksek Lisans, E.Şahin(Öğrenci), 2019

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Yeşil Pazarlama Çalışmalarının Tüketiciler ve İşletmeler Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Bir İçerik Analizi**
BERBER G., ÖZTÜRK A.
JOURNAL OF THE HUMAN AND SOCIAL SCIENCE RESEARCHES, cilt.12, sa.5, ss.2687-2707, 2023 (Hakemli Dergi)
- II. **The effect of consumers' sustainability and halal-focused value orientations on sustainable consumption**
NART S., ÖZTÜRK A., ALTUNIŞIK R.
Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.57-63, 2023 (Hakemli Dergi)
- III. **Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (E-wom) Katılımının Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Sosyal Ticaret Örneği**
Akın M. S., Öztürk A.
Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, cilt.9, sa.2, ss.231-249, 2023 (Hakemli Dergi)

- IV. **Girişimcilik Faaliyetlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisi: 10 Büyük Yükselen Piyasa Ekonomisinden Kanıtlar**
ALTINER A., ÖZTÜRK A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS AND POLITICS, cilt.7, sa.2, ss.352-366, 2023 (Hakemli Dergi)
- V. **Covid-19 Pandemisi Sürecinde Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarındaki Değişimlerin İncelenmesi**
ERKAN C., ERKUŞ U., ÖZTÜRK A.
FISCAOECONOMIA, cilt.7, sa.2, 2023 (Hakemli Dergi)
- VI. **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, cilt.57, sa.4, ss.3109-3136, 2022 (Hakemli Dergi)
- VII. **Reklamlardaki Sevimli Karakter İlgisinin Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi**
ÖZTÜRK A., AKIN M. S., KIRMIZIKAYA A.
Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.24, sa.2, ss.569-582, 2022 (Hakemli Dergi)
- VIII. **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, cilt.13, sa.1, ss.127-141, 2022 (Hakemli Dergi)
- IX. **The Effect of Privacy Perception on Social Media on Attitude Towards Social Media Usage**
ÖZTÜRK A., ERKAN C., ERKUŞ U.
Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, cilt.17, sa.65, ss.79-94, 2022 (Hakemli Dergi)
- X. **İç Mekân Estetiğinin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi**
Şahin E., Öztürk A.
Manas Journal of Social Studies, cilt.11, sa.1, ss.374-388, 2022 (Hakemli Dergi)
- XI. **Çevrimiçi Kuponların ve Tek Tuşla Ödeme İşlem Kolaylığının Çevrimiçi Plansız Satın Alma Üzerine Etkisi**
Öztürk A., Kırmızııkaya A., Akın M. S.
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, sa.33, ss.19-36, 2021 (Hakemli Dergi)
- XII. **COVID-19 Pandemisinin Tamamlayıcı ve Alternatif Tıp Ürünleri Satın Alma Davranışına Etkisi: Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir Çalışma**
Öztürk A., Dilek Ö.
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, cilt.19, sa.3, ss.58-76, 2021 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Perakende Mağaza Ortam Kokusunun Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi**
Öztürk A., Berber G., Maraş Çakır E.
Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.31, sa.3, ss.1261-1272, 2021 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Sevimli Ürünlerin Duygusal Faydasının Plansız Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi**
Öztürk A., Kırmızııkaya A., Akın M. S.
İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, cilt.10, sa.3, ss.2975-2991, 2021 (Hakemli Dergi)
- XV. **COVID-19 Sürecinde Online Yemek Siparişlerinde Teknolojinin Kabulü**
Dilek Ö., Öztürk A.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, cilt.56, sa.3, ss.1313-1332, 2021 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Tüketici Sosyal İhtiyaçlarının Marka Sadakati Oluşturma Üzerine Etkisi**
Erkuş U., Öztürk A.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, cilt.12, sa.2, ss.586-599, 2021 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Reklam Müziğinin Marka Bilinirliği ve Satın Alma Niyetine Etkisi**
Öztürk A., Balyaş B.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS AND POLITICS, cilt.5, sa.1, ss.136-155, 2021 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Tüketici Boykot Davranışının Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma: Ağızdan Ağıza İletişimin Aracılık Rolü**
Öztürk A., Nart S.
Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (elektronik), cilt.20, sa.78, ss.660-687, 2021 (Hakemli Dergi)

- XIX. **Mağaza Kişiliği Ölçeğinin Türkçe Uyarlamasının Geçerlilik ve Güvenirliği**
Çakıroğlu K. I., Öztürk A.
Business and Management Studies: An International Journal, cilt.8, sa.5, ss.4273-4299, 2020 (Hakemli Dergi)
- XX. **Tüketicilerin Anneler Gününde Hediye Satın Alma Davranışlarının Sebepli Davranış Teorisi Bağlamında İncelenmesi**
Öztürk A., Temizkan V.
Sosyal Bilimler Ekev Akademi Dergisi, sa.76, ss.37-56, 2018 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Üniversite Öğrencilerinin Perspektifinden Politik Tüketime Katılım**
Öztürk A., Nart S.
Global Journal of Economics and Business Studies, cilt.5, sa.9, ss.62-73, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXII. **Materyalizm - Moda Giyim ilgilenimi - Plansız Satın Alma İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**
Öztürk A., Nart S.
Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.2, sa.3, ss.45-55, 2016 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **Tüketicilerin Helal Tüketim Davranışlarının Belirleyicileri:Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir Araştırma**
Öztürk A., Nart S., Altunışık R.
ULUSLARARASI İSLAM EKONOMİSİ VE FINANSI ARAŞTIRMALARI DERGİSİ, cilt.1, sa.2, ss.141-160, 2015 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Etik Pazarlama**
TEMİZKAN V., ÖZTÜRK A.
Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar 2, Prof. Dr. Salih YILDIZ, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.72-85, 2023
- II. **İşletme ve İnsan Hakları**
ÖZTÜRK A., TEMİZKAN V.
İnsan Hakları, Doç. Dr. Bekir GÜZEL, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık, Ankara, ss.197-213, 2023
- III. **Girişimci Pazarlama**
TEMİZKAN V., ÖZTÜRK A.
Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar, Salih Yıldız, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.217-234, 2022
- IV. **Circular Economy from the Point of Consumption Relations: Consumer's Role in Maintaning Circular Process**
NART S., ÖZTÜRK A.
Contemporary Issues in Social Science Vol: 106, Simon Grima, Ercan Özen, Hakan Boz, Editör, Emerald Publishing Limited, Bingley, Bingley, ss.67-79, 2021
- V. **Legacy of the COVID- 19 Pandemic: The Increasing Importance of Hybrid Marketing**
ÖZTÜRK A., TEMİZKAN V.
New Normal and New Rules in International Trade, Economics and Marketing, Fatih AYHAN, Burak Darici ve Candy Lim CHIU, Editör, PETER LANG, Berlin, ss.209-220, 2021
- VI. **Digital Public Relations as a Marketing Communication Tool: Examining Five Brands with High Interaction on Facebook**
TEMİZKAN V., ÖZTÜRK A.
To Understand the Future Management: Managing through Digital Transformation, Yavuz Tansoy Yıldırım, Editör, Peter Lang, Berlin, ss.83-94, 2021
- VII. **Changes in Consumer Behavior After the Covid-19 Pandemic**
Öztürk A.
Inferences from The Covid- 19 Pandemic: A Multidisciplinary Research, Muhammed Ali Yetgin,Osman Kurter,Volkan Temizkan, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.137-151, 2020

- VIII. **Dijital Çağda Politik Tüketicilik: Çevreci Yaklaşım Üzerine Bir Uygulama**
Öztürk A., Nart S.
Etik Pazarlama Dijital Çağın Getirdikleri, Dr. Emre Yıldırım, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.71-92, 2020
- IX. **Pazarlama Alanında Yetenek 4.0**
NART S., ÖZTÜRK A.
Çalışma Yaşamında Yetenek 4.0, Senem Nart, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., ss.69-88, 2020
- X. **RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİ MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI**
Çakıroğlu K. I., Öztürk A., Sert M. F., Bektaş M., Kartal B. (Editör)
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI, Ankara, 2019
- XI. **RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ'NDE ÖĞRENİM GÖREN ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERE İLİŞKİN ÜNİVERSİTE MEMNUNİYETİNE YÖNELİK NİCEL ARAŞTIRMA**
Kartal B., Öztürk A.
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİ MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI, KARTAL, B., Editör, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Yayınları, Ankara, ss.53-100, 2019
- XII. **The Politics of Purchasing: Ethical Consumerism in Turkey**
Öztürk A., Nart S., Altunışık R.
Ethics, Social Responsibility and Sustainability in Marketing, Ipek Altınbasak-Farina ve Sebnem Burnaz, Editör, Springer, Singapore, ss.3-18, 2019
- XIII. **Tüketici Olarak Gücümüzden Ne Kadar Haberdarız? Bilinçli Tüketim ve Tüketici Aktivizmi**
ÖZTÜRK A., NART S.
Tüketime 1001 Hali, Altunışık, Remzi, Editör, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., ss.239-256, 2019
- XIV. **Perakendecilikte Fiyatlandırma**
ÖZTÜRK A.
Perakende Yönetimi Stratejik Bir Yaklaşım, Ustaahmetoğlu Erol, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, ss.407-438, 2018

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Etmen Tabanlı Benzetim ile Türkiye'de Çay Pazarının Geleceği**
Sert M. F., Kartal B., Çakıroğlu K. I., Öztürk A.
42. Yöneylem Araştırması Endüstri Mühendisliği Ulusal Kongresi (YAEM2023 Kongresi), Gaziantep, Türkiye, 1 - 03 Kasım 2023, ss.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, Azerbaycan, 13 - 15 Mayıs 2022, ss.50-51
- III. **Kişisel Bakım Perakende Mağaza Renklerinin Mağaza Tutumuna Etkisi**
ÖZTÜRK A., Balyaş B.
Black Sea Summit 8th International Social Sciences Congress, Ordu, Türkiye, 5 - 06 Mart 2022, ss.11-12
- IV. **Marka Aşkın Pozitif Ağızdan Ağıza İletişim İle Satın Alma Niyetine Etkisi: Trabzonspor Örneği**
ÖZTÜRK A., KIRMIZIKAYA A.
ICESSE 3rd International Congress on Empirical Social Sciences, Economy, Management and Education Researches, Ankara, Türkiye, 22 - 23 Ocak 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, Türkiye, 6 - 08 Nisan 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, Türkiye, 07 Ağustos 2021,

ss.60-75

VII. Kargo Hizmet Kalite Algısının E- Wom Üzerine Etkisi

ÖZTÜRK A., BERBER G.

Selçuk Zirvesi 4. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 24 - 25 Temmuz 2021, ss.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, Türkiye, 11 - 13 Haziran 2021, ss.1-13

IX. Sosyal Sorumluluk Reklamlarının Etkinliği: AIDA Modeli

Öztürk A., Akın M. S.

VI. INTERNATIONAL EUROPEAN CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES, Kyiv, Ukrayna, 4 - 06 Haziran 2021, ss.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, Türkiye, 10 - 11 Kasım 2016, ss.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, Türkiye, 16 - 18 Mayıs 2016, ss.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, Türkiye, 21 - 23 Ekim 2015

Desteklenen Projeler

ÇAKIROĞLU K. I., ÖZTÜRK A., KARTAL B., SERT M. F., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, 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., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde Eğitim Gören Uluslararası Öğrencilerin Üniversiteye Bakış Açılarını Memnuniyet Düzeylerinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma Projesi, 2018 - 2020

Metrikler

Yayın: 49

H-İndeks (WoS): 1