

Asst. Prof. ÖZLEM ÇATLI

Personal Information

Email: ozlem.catli@hbv.edu.tr

Web: <https://avesis.hacibayram.edu.tr/ozlem.catli>

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-2582-2348

Yoksis Researcher ID: 113573

Education Information

Doctorate, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 2009 - 2016

Postgraduate, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), Turkey 2006 - 2009

Undergraduate, Gazi University, Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi, Büro Yönetimi Eğitimi Bölümü, Turkey 2002 - 2006

Dissertations

Doctorate, Uluslararası pazarlama faaliyetlerinde kültürün ürün stratejilerine etkisi, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2016

Postgraduate, Marka değeri oluşturan unsurların müşteri odaklı ölçülmesi: Ankara ili uygulaması, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), 2009

Academic Titles / Tasks

Research Assistant, Gazi University, Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi, İşletme Eğitimi Bölümü, 2009 - 2013

Academic and Administrative Experience

Ankara Hacı Bayram Veli University, 2022 - Continues

Gazi University, 2014 - Continues

Courses

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

ULUSLARARASI MARKA YÖNETİMİ, Postgraduate, 2021 - 2022

ULUSLARARASI PAZARLAMA, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

E TİCARET, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

ULUSLARARASI SATIŞ YÖNETİMİ, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021

KALİTE YÖNETİM SİSTEMLERİ, Undergraduate, 2021 - 2022, 2020 - 2021

SATIŞ YÖNETİMİ, Undergraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019

ENDÜSTRİYEL PAZARLAMA, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

KALİTE YÖNETİM SİSTEMLERİ, Undergraduate, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **An investigation on the relationship between slowness level of Cittaslow perceived by tourists, voluntary simplicity lifestyle and environmental sensitivity: the case of Cittaslow Seferihisar**
Örs H., Ermeç A., Çatlı Ö., Çağay A.
Current Issues in Tourism, vol.25, no.8, pp.1242-1257, 2022 (SSCI)

Articles Published in Other Journals

- I. **TÜKETİCİLERİN MARKA DEĞERİ ALGILAMALARI İLE MARKA AŞKI İLİŞKİSİ VE BUNLARIN SOSYAL MEDYA DAVRANIŞLARINA ETKİSİ**
ÇATLI Ö., YALÇIN A.
Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, vol.11, no.36, pp.172-195, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Astrolojik Göstergelere Göre Online Satın Alma Davranışları ve Tüketici Tarzları(Online Purchase Behaviors and Consumer Styles According to Astrological Indicators)**
ÇATLI Ö.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.13, no.3, pp.2696-2714, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **A Research On The Determination Of The Elements That Affecting The Purchase Intention In Online Shopping According To Astrological Indicators**
ÇATLI Ö.
QUEST Journal of Research in Business and Management, vol.9, no.7, pp.60-70, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Türk Tüketicilerin Tüketici Düşmanlığı Sebebiyle ABD Menşeli Ürünleri Satın Alma Niyetini Ortaya Koymaya Yönelik Bir Araştırma**
ÇATLI Ö.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.56, no.2, pp.806-824, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Online Alışverişte Hedonik Satın Alma Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma**
ÇATLI Ö.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.55, no.3, pp.1615-1630, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Comparison of Young Consumers' Brand Equity Perceptions for Traditional and non-Traditional Brands across Various Product Categories- Farklı Ürün Kategorileri için Genç Tüketicilerin Geleneksel ve Geleneksel Olmayan Markalara İlişkin Marka Değeri Algılamalarının Karşılaştırılması**
ÇATLI Ö., ERMEÇ SERTOĞLU A., ÖRS H.
Pressacademia Journal of Management, Marketing and Logistics, vol.4, no.4, pp.479-492, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **An Empirical Study to Determine the E-Shopping Attitudes and Behaviors of Various Consumers Groups- Farklı Tüketici Gruplarının E-Alışverişe İlişkin Tutum ve Davranışlarını Ortaya Koymaya Yönelik Ampirik bir Araştırma**
ERMEÇ SERTOĞLU A., ÖRS H., ÇATLI Ö.
Pressacademia Journal of Management, Marketing and Logistics, vol.4, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Uluslararası Ticaret Bölümü Öğrencilerinin Yabancı Marka İsimlerinin Ülke Menşelerine İlişkin Farkındalıklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
ÇATLI Ö., ERMEÇ SERTOĞLU A., AÇIKEL Z.
Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, pp.109-131, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Examining the Probable Three Thesis of The Globalization Effect on Culture by means of The Consumer's Ethnocentric Tendency Level/ Tüketicinin Etnosentrik Eğilim Düzeyi Aracılığıyla Küreselleşmenin Kültüre Etkisine İlişkin Olası Üç Tezin Sınanması**
ÖRS H., ÇATLI Ö., ERMEÇ SERTOĞLU A.
Pressacademia Research Journal of Business Management, vol.4, no.3, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Genç Tüketicilerin Yabancı ve Türk Ürünlerine İlişkin Tutum ve Tüketici Etnosentrizm Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma**

ERMEÇ SERTOĞLU A., ÇATLI Ö.

Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, pp.1-23, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

- XI. **Examining the Effect of Endorsers Credibility on the Customers Buying Intentions An Empirical Study in Turkey**

ERMEÇ SERTOĞLU A., ÇATLI Ö., KORKMAZ S.

INTERNATIONAL REVIEW OF MANAGEMENT AND MARKETING, vol.4, no.1, pp.66-78, 2014 (Peer-Reviewed Journal)

- XII. **Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers Buying Intentions An Empirical Study in Turkey**

ERMEÇ SERTOĞLU A., ÇATLI Ö., KORKMAZ S.

International Review of Management and Marketing,, vol.4, no.1, pp.66-77, 2014 (Peer-Reviewed Journal)

- XIII. **Doğrudan Pazarlamada Satın Alma Zamanlaması Modelleri**

ÇATLI Ö., ÇATLI A.

Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.5, no.2, pp.105-130, 2013 (Peer-Reviewed Journal)

- XIV. **Politik Pazarlamada Tutundurma Faaliyetlerinin Gazi Üniversitesi Öğrencileri Tarafından Algılanışı**

ÇATLI A., ÇATLI Ö.

İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.5, no.2, pp.207-226, 2013 (Peer-Reviewed Journal)

- XV. **Marka Değeri ve Marka Genişletme**

ÇATLI Ö.

Üçüncü Sektör Kooperatifçilik, vol.48, no.1, pp.21-37, 2013 (Peer-Reviewed Journal)

- XVI. **GELENEKSEL PAZARLAMA KARMASI ELEMANLARINDAN SANAL PAZARLAMA KARMASI ELEMANLARINA GEÇİŞTE KARŞILAŞILAN FARKLI MODELLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

ÇATLI Ö., ÇATLI A.

Üçüncü Sektör Kooperatifçilik, vol.47, no.2, pp.83-97, 2012 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **PAZARLAMADA KONUMLANDIRMA VE ALGILAMA HARİTALARI UYGULAMALARI**

ÇATLI Ö.

in: FARKLI BAKIŞ AÇILARI İLE PAZARLAMA, Dr. Öğretim Üyesi Yalçın Aybüke, Editor, İKSAD, Ankara, pp.71-88, 2023

- II. **Sağlık Kurumlarında Markalaşma ve Marka Yönetimi**

ÇATLI Ö.

in: Sağlık Yönetiminde Dönüşüm ve Güncel Yaklaşımlar, KORKMAZ SEZER, ATILLA E. ASUMAN, MANSUR FATMA, Editor, Nobel Yayınevi, Ankara, pp.55-86, 2022

- III. **Tüketicilerin Satış Promosyonlarından Algıladıkları Faydaların Ağızdan Ağıza İletişime Etkisi**

ÇATLI Ö.

in: Sosyal Bilimler Alanındaki Gelişmeler 2, ÖZTAY OGUZ HAN , SARIBAŞ SERAP, Editor, DUVAR YAYINLARI, Ankara, pp.493-514, 2022

- IV. **İmaj ve Ülke İmajı Kavramı**

ÇATLI Ö.

in: Satın Almada İmajın Etkisi: Lider Mi, Ülke mi?, ÖRS HÜSNİYE, Editor, GAZİ, Ankara, pp.37-54, 2021

- V. **Tüketicilerin Covid 19 Öncesi ve Covid 19 Sonrası Online Alışveriş Davranışlarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma**

ÇATLI Ö.

in: Sosyal Bilimlerde Covid-19 Salgını Dönemler ve Değişim Dinamikleri - 2, ÖZGE ERDURAN TEKİN, Editor, ASTANA YAYINLARI, Ankara, pp.84-100, 2021

- VI. **Siyasal Lider ve İtibar Kavramı**

ÇATLI Ö.

in: Satın Almada İmajın Etkisi: Lider Mi, Ülke mi?, ÖRS HÜSNİYE, Editor, GAZİ, Ankara, pp.21-35, 2021

- VII. **Marka Değeri ve Ölçümü**
ÇATLI Ö.
in: Marka Yönetimi, KORKMAZ SEZER, Editor, ATA-AOF, Erzurum, pp.214-239, 2020
- VIII. **The Effect Of Culture on Concrete Product Components at International Marketing Activities**
ÇATLI Ö.
in: Theory and Research in Social, Human and Administrative Sciences II (Cilt 2), SERDAR ÖZTÜRK, ETEM ÇALIK, Editor, GECE, Ankara, pp.241-266, 2020
- IX. **Pazarlama Karması Unsurlarına Göre Tüketicilerin Online Alışveriş Yapma Nedenlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
ÇATLI Ö.
in: İktisadi ve İdari Bilimlerde Teori ve Araştırmalar II (Cilt 3), MUSTAFA METE, Editor, GECE, Ankara, pp.433-446, 2020

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **E-TİCARET İŞLETMELERİNİN SOSYAL MEDYA MECRALARINDAKİ ETKİNLİĞİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**
ÇATLI Ö.
6. ULUSLARARASI MARMARA BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR VE İNOVASYON KONGRESİ, Ankara, Turkey, 7 - 08 October 2023, pp.106-109
- II. **EVALUATION OF MARKETPLACE WEBSITES USING CONTENT ANALYSIS METHOD**
ÇATLI Ö.
4th International Azerbaijan Congress on Humanities and Social Sciences, Baku, Azerbaijan, 15 - 18 September 2023, pp.469-470
- III. **Tüketicilerin Covid 19 Öncesi ve Covid 19 Sonrası Online Alışveriş Davranışlarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma**
ÇATLI Ö.
COVID-19 and Current Issues Congress, Ankara, Turkey, 19 - 20 June 2021, pp.270-280
- IV. **E-Alışveriş Yapan Tüketicilerin Alışveriş Motivasyonlarına Göre Bölümlendirilmesi: Kümeleme Analizi**
ERMEÇ A., ÇATLI Ö.
23. Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Turkey, 27 - 29 June 2018, pp.863-870
- V. **Online Alışveriş Yapan Tüketicilerin Hedonik Satın Alma Nedenleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiyi Ortaya Koymaya Yönelik Bir Araştırma**
ÇATLI Ö.
ASEAD III. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Antalya, Turkey, 05 May 2018, pp.61
- VI. **Consumers' Brand Equity Perceptions of Traditional and non-Traditional Brands- Tüketicilerin Geleneksel ve Geleneksel Olmayan Markalara İlişkin Marka Değeri Algıları**
ÇATLI Ö., ERMEÇ SERTOĞLU A., ÖRS H.
Global Business Research Cogress, İstanbul, Turkey, 24 - 25 May 2017, pp.590-598
- VII. **An Empirical Study to Determine the E-Shopping Behaviors of Consumers- Tüketicilerin E-Alışverişe İlişkin Davranışlarını Ortaya Koymaya Yönelik Ampirik Bir Araştırma**
ERMEÇ SERTOĞLU A., ÖRS H., ÇATLI Ö.
Global Business Research Congress, 24 - 25 May 2017
- VIII. **The Investigation of the Demographic Factors of the Ethnocentric Tendency Levels of Turkish Consumers in the Context of the Cultural Effects of Globalization- Küreselleşmenin Kültürel Etkisi Bağlamında Türk Tüketicilerin Etnosentrik Eğilim Düzeylerinin Demografik Faktörler İtibariyle İncelenmesi**
ÖRS H., ÇATLI Ö., ERMEÇ SERTOĞLU A.
Global Business Research Congress, 24 - 25 May 2017

- IX. Genç Tüketicilerin Yabancı ve Türk Ürünlerine İlişkin Tutum ve Tüketici Etnosentrizm Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma**
ERMEÇ SERTOĞLU A., ÇATLI Ö.
Gazi Akademi Genç Sosyal Bilimciler Sempozyumu, Ankara, Turkey, 9 - 10 March 2017, pp.18-19
- X. Uluslararası Ticaret Bölümü Öğrencilerinin Yabancı Marka İsimlerinin Ülke Menşelerine İlişkin Farkındalıklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**
ÇATLI Ö., ERMEÇ SERTOĞLU A., AÇIKEL Z.
Gazi Akademi Genç Sosyal Bilimciler Sempozyumu, Ankara, Turkey, 9 - 10 March 2017, pp.17-18

Metrics

Publication: 36
Citation (Scopus): 1
H-Index (WoS): 2
H-Index (Scopus): 1