

Dr.Öğr.Üyesi ÖZLEM ÇATLI

Kişisel Bilgiler

E-posta: ozlem.catli@hbv.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-2582-2348

Yoksis Araştırmacı ID: 113573

Eğitim Bilgileri

Doktora, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 2009 - 2016

Yüksek Lisans, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama (YI) (Tezli), Türkiye 2006 - 2009

Lisans, Gazi Üniversitesi, Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi, Büro Yönetimi Eğitimi Bölümü, Türkiye 2002 - 2006

Yaptığı Tezler

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

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

Akademik Unvanlar / Görevler

Araştırma Görevlisi, Gazi Üniversitesi, Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi, İşletme Eğitimi Bölümü, 2009 - 2013

Akademik İdari Deneyim

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, 2022 - Devam Ediyor

Gazi Üniversitesi, 2014 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

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

ULUSLARARASI MARKA YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2021 - 2022

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

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

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

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

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

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

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

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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, cilt.25, sa.8, ss.1242-1257, 2022 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **TÜKETİCİLERİN MARKA DEĞERİ ALGILAMALARI İLE MARKA AŞKI İLİŞKİSİ VE BUNLARIN SOSYAL MEDYA DAVRANIŞLARINA ETKİSİ**
ÇATLI Ö., YALÇIN A.
Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, cilt.11, sa.36, ss.172-195, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.13, sa.3, ss.2696-2714, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.9, sa.7, ss.60-70, 2021 (Hakemli Dergi)
- IV. **Türk Tüketicilerin Tüketici Düşmanlığı Sebebiyle ABD Menşeli Ürünleri Satın Alma Niyetini Ortaya Koymaya Yönelik Bir Araştırma**
ÇATLI Ö.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, cilt.56, sa.2, ss.806-824, 2021 (Hakemli Dergi)
- V. **Online Alışverişte Hedonik Satın Alma Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma**
ÇATLI Ö.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, cilt.55, sa.3, ss.1615-1630, 2020 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, sa.4, ss.479-492, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, ss.109-131, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, sa.3, 2017 (Hakemli Dergi)

- 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, ss.1-23, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, sa.1, ss.66-78, 2014 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, sa.1, ss.66-77, 2014 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Doğrudan Pazarlamada Satın Alma Zamanlaması Modelleri**
ÇATLI Ö., ÇATLI A.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.105-130, 2013 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Politik Pazarlamada Tutundurma Faaliyetlerinin Gazi Üniversitesi Öğrencileri Tarafından Algılanışı**
ÇATLI A., ÇATLI Ö.
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.207-226, 2013 (Hakemli Dergi)
- XV. **Marka Değeri ve Marka Genişletme**
ÇATLI Ö.
Üçüncü Sektör Kooperatifçilik, cilt.48, sa.1, ss.21-37, 2013 (Hakemli Dergi)
- XVI. **GELENEKSEL PAZARLAMA KARMAŞI ELEMANLARINDAN SANAL PAZARLAMA KARMAŞI ELEMANLARINA GEÇİŞTE KARŞILAŞILAN FARKLI MODELLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ**
ÇATLI Ö., ÇATLI A.
Üçüncü Sektör Kooperatifçilik, cilt.47, sa.2, ss.83-97, 2012 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **PAZARLAMADA KONUMLANDIRMA VE ALGILAMA HARİTALARI UYGULAMALARI**
ÇATLI Ö.
FARKLI BAKIŞ AÇILARI İLE PAZARLAMA, Dr. Öğretim Üyesi Yalçın Aybüke, Editör, İKSAD, Ankara, ss.71-88, 2023
- II. **Sağlık Kurumlarında Markalaşma ve Marka Yönetimi**
ÇATLI Ö.
Sağlık Yönetiminde Dönüşüm ve Güncel Yaklaşımlar, KORKMAZ SEZER, ATILLA E. ASUMAN, MANSUR FATMA, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.55-86, 2022
- III. **Tüketicilerin Satış Promosyonlarından Algıladıkları Faydaların Ağızdan Ağıza İletişime Etkisi**
ÇATLI Ö.
Sosyal Bilimler Alanındaki Gelişmeler 2, ÖZTAY OGUZ HAN , SARIBAŞ SERAP, Editör, DUVAR YAYINLARI, Ankara, ss.493-514, 2022
- IV. **İmaj ve Ülke İmajı Kavramı**
ÇATLI Ö.
Satın Almada İmajın Etkisi: Lider Mi, Ülke mi?, ÖRS HÜSNİYE, Editör, GAZİ, Ankara, ss.37-54, 2021
- V. **Tüketicilerin Covid 19 Öncesi ve Covid 19 Sonrası Online Alışveriş Davranışlarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma**
ÇATLI Ö.
Sosyal Bilimlerde Covid-19 Salgını Dönemler ve Değişim Dinamikleri - 2, ÖZGE ERDURAN TEKİN, Editör, ASTANA YAYINLARI, Ankara, ss.84-100, 2021
- VI. **Siyasal Lider ve İtibar Kavramı**
ÇATLI Ö.
Satın Almada İmajın Etkisi: Lider Mi, Ülke mi?, ÖRS HÜSNİYE, Editör, GAZİ, Ankara, ss.21-35, 2021

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

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **E-TİCARET İŞLETMELERİNİN SOSYAL MEDYA MECRALARINDAKİ ETKİNLİĞİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**
ÇATLI Ö.
6. ULUSLARARASI MARMARA BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR VE İNOVASYON KONGRESİ, Ankara, Türkiye, 7 - 08 Ekim 2023, ss.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 Eylül 2023, ss.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, Türkiye, 19 - 20 Haziran 2021, ss.270-280
- IV. **E-Alışveriş Yapan Tüketicilerin Alışveriş Motivasyonlarına Göre Bölümlendirilmesi: Kümeleme Analizi**
ERMEÇ A., ÇATLI Ö.
23. Pazarlama Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 27 - 29 Haziran 2018, ss.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, Türkiye, 05 Mayıs 2018, ss.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, Türkiye, 24 - 25 Mayıs 2017, ss.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 Mayıs 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 Mayıs 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, Türkiye, 9 - 10 Mart 2017, ss.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, Türkiye, 9 - 10 Mart 2017, ss.17-18

Metrikler

Yayın: 36

Atıf (Scopus): 1

H-İndeks (WoS): 2

H-İndeks (Scopus): 1