

Doç.Dr. Zübeyir Çelik

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 432 444 5065](tel:+904324445065) Dahili: 0
E-posta: zubeyircelik@yyu.edu.tr
Web: <https://avesis.yyu.edu.tr/zubeyircelik>
Posta Adresi: Erciş İşletme Fakültesi Erciş/Van

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: BeNtTiEAAAAJ
ORCID: 0000-0003-1692-9378
Publons / Web Of Science ResearcherID: ABI-2346-2020
ScopusID: 58033379100
Yoksis Araştırmacı ID: 247465

Biyografi

Zübeyir Çelik, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Erciş İşletme Fakültesi İşletme Bölümü'nde Doç. Dr. olarak görev yapmaktadır. Marmara Üniversitesi Pazarlama Bölümü'nden Doktora derecesine sahiptir. Araştırma ilgi alanları arasında dijital pazarlama, fijital pazarlama, pazarlama düşüncesi ve teorisi ve tüketici davranışı yer almaktadır.

Eğitim Bilgileri

Lisans, İstanbul Üniversitesi, Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Türkiye 2019 - 2023
Doktora, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Türkiye 2017 - 2021
Yüksek Lisans, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Türkiye 2014 - 2017
Lisans, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi-İdari Bilimler Fak., İşletme Bölümü, Türkiye 2007 - 2011

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Sertifika, Kurs ve Eğitimler

Veri Analizi, SmartPLS ile Temel ve Üst Düzey Analizler Eğitimi , AYEUM: Araştırma Yöntemleri Eğitim ve Uygulama Merkezi, 2022
Veri Analizi, VOSviewer İle Bibliyometrik Veri Analizi, Diğer, 2021
Veri Analizi, AMOS İle Yapısal Eşitlik Modellemesi Eğitimi, AYEUM: Araştırma Yöntemleri Eğitim ve Uygulama Merkezi, 2021
Veri Analizi, Sosyal Ağ Analizi ve UCINET Kullanımı, AYEUM: Araştırma Yöntemleri Eğitim ve Uygulama Merkezi, 2021
Veri Analizi, PROCESS Macro İle Arabuluculuk, Moderasyon ve Koşullu Süreç Analizi, Diğer, 2020
Veri Analizi, İleri SPSS İle Veri Analizi, AYEUM: Araştırma Yöntemleri Eğitim ve Uygulama Merkezi, 2018

Yaptığı Tezler

Doktora, Tüketicilerin Çevrimiçi Bilgi Arama Sürecinde, Bilgi Edinme Araçlarının Satın Alma Niyetine Etkisi Ve Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 2021

Yüksek Lisans, Kişisel Motivasyon Faktörlerinin Olumsuz Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Üzerindeki Etkisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 2017

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç.Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2023 - Devam Ediyor

Dr.Öğr.Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2022 - 2023

Araştırma Görevlisi Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2021 - 2022

Araştırma Görevlisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2016 - 2021

Akademik İdari Deneyim

Bölüm Başkanı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2023 - Devam Ediyor

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2023 - Devam Ediyor

Fakülte Kurulu Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2023 - Devam Ediyor

Staj Komisyonu Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2022 - Devam Ediyor

Mentorluk, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2022 - Devam Ediyor

Burs Komisyonu Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2022 - 2023

İntibak/Muafiyet Komisyonu Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 2018 - 2023

Verdiği Dersler

Pazarlamada İleri Araştırma (Tezsiz Yüksek Lisans), Yüksek Lisans, 2023 - 2024

Satış Yönetimi, Lisans, 2023 - 2024

Pazarlamaya Giriş, Lisans, 2023 - 2024

Pazarlamada İleri Araştırma (Tezli Yüksek Lisans), Yüksek Lisans, 2023 - 2024

Uluslararası Pazarlama, Lisans, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022

Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2023 - 2024

Pazarlama Araştırması (Tezli Yüksek Lisans), Yüksek Lisans, 2023 - 2024

Pazarlama Araştırması (Tezsiz Yüksek Lisans), Yüksek Lisans, 2023 - 2024

Halkla İlişkiler, Lisans, 2022 - 2023

Üretim Yönetimi, Lisans, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022

Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2022 - 2023

Yönetilen Tezler

Çelik Z., Tüketicilerin Drone ile Yiyecek ve İçecek Teslimatı Hizmetine Yönelik Davranışsal Niyetlerini Etkileyen Faktörlerin Araştırılması, Yüksek Lisans, C.DAĞDALAN(Öğrenci), 2024

Jüri Üyelikleri

Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Mart, 2024
Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eylül, 2023
Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eylül, 2023
Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eylül, 2023
Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Temmuz, 2023
Tez Savunma (Yüksek Lisans), Tez Savunma (Yüksek Lisans), Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Temmuz, 2023

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **An Empirical Study on Consumers' Intentions to Use and WOM Communication Intentions for Product Deliveries by Drone**
Çelik Z., Aydın İ., Yiğenoğlu K., Cesur A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ELECTRONIC MARKETING AND RETAILING, sa.0, 2025 (Scopus)
- II. **Examining Users' Intentions to Use Cryptocurrency in Türkiye**
Çelik Z., Aydın İ., Yiğenoğlu K., Cesur A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ELECTRONIC FINANCE, cilt.0, sa.0, 2025 (Scopus)
- III. **A Study on Consumers' Intentions to Reuse Mobile Apparel Applications**
Erdem Ş., Gülöz G. E., Çelik Z.
Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.0, sa.0, 2024 (Hakemli Dergi)
- IV. **Examination of the Effect of Consumer Comments on E-Commerce Sites on Continuance Intention to Online Shopping within the Scope of Social Exchange Theory**
Habiboğlu Ö., Çelik Z., Sağlam M.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ELECTRONIC BUSINESS, cilt.19, sa.2, ss.156-180, 2024 (Scopus)
- V. **Testing a Structural Model on Impulse Buying Tendency, Fear of COVID-19, Economic Anxiety, Household Income and Quality of Life**
Çelik Z., Aysuna Türkyılmaz C., Uslu A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ELECTRONIC BUSINESS, cilt.0, sa.0, 2024 (Scopus)
- VI. **A Systematic Review of the Research Models of Brands Subject Doctoral Theses Published in 2020-2023 at the YÖK National Thesis Center**
Çelik Z., Saydan R.
Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sa.63, ss.72-88, 2024 (Hakemli Dergi)
- VII. **Testing a Structural Model on Consumers' Fear of COVID-19, Death Anxiety, Mental Well-Being and Online Shopping Attitudes with a Process Macro**
Çelik Z.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ELECTRONIC MARKETING AND RETAILING, cilt.15, sa.1, ss.1-19, 2024 (Scopus)
- VIII. **The Effect of Happiness on Customers' Repurchase Intentions in Online Shopping**
Çelik Z., Dülek B.
Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, cilt.19, sa.4, ss.862-882, 2023 (Hakemli Dergi)
- IX. **Comparative Analysis of Bibliometric Data Sources of Empirical Studies in the Context of Traditional, Digital and Phygital Marketing**
Çelik Z., Özdemir O., Sağlam M., Uslu A.
Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.45, sa.2, ss.180-212, 2023 (Hakemli Dergi)
- X. **Investigating the Effect of Relationships Among Studies in the Context of Research Methodology on Predicting the Results of Hypotheses**
Çelik Z., Aydın İ., Dülek B., Saydan R.
Turkish Journal of Marketing, cilt.8, sa.4, ss.106-118, 2023 (Hakemli Dergi)
- XI. **Tüketici Sinizmine Yönelik Kavramsal Bir Model Önerisi**
ÇELİK Z., GÜMÜŞ C.

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.26, sa.49, ss.171-183, 2023 (Hakemli Dergi)

- XII. **The Effect of Blog Contents on Online Purchase Intention and A Research**
Çelik Z., Uslu A.
Gazi İktisat ve İşletme Dergisi, cilt.9, sa.2, ss.134-150, 2023 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Investigation of the Effect of Buyers' Relationships With Each Other on Their Opinions on the Benefits of Smartphones By UCINET Social Network Analysis**
Çelik Z., Sağlam M., Uslu A.
Journal of research in business (online), cilt.8, sa.1, ss.191-206, 2023 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Bibliometric Analysis of Empirical Studies on Consumer Behavior in the Context of Seven Economic Theories**
Sağlam M., Çelik Z., Yiğenoğlu K.
Journal of Management, Marketing and Logistics (JMML), cilt.10, sa.1, ss.31-52, 2023 (Hakemli Dergi)
- XV. **Algılanan Kişisel Yenilikçiliğin Yeniden Kullanma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Mağaza Atmosferi İhtiyacının Aracı Rolü**
Çelik Z., Gülöz G. E.
İşletme Akademisi Dergisi, cilt.4, sa.1, ss.113-124, 2023 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Drone İle Teslimata Yönelik Algılanan Güvenin Kullanım Niyeti Üzerindeki Etkisinde Algılanan Risk Ve Ağızdan Ağıza İletişimin Aracılık Rollerinin Araştırılması**
Aydın İ., Çelik Z.
Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies, cilt.10, sa.1, ss.49-67, 2023 (Hakemli Dergi)
- XVII. **A Bibliometric Analysis of the Literature on the Origins of the Technology Acceptance Model (TAM) and A Marketing-Sided Approach to TAM**
ÇELİK Z., USLU A.
ÖNERİ, cilt.18, sa.59, ss.1-14, 2023 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **DO THE OPINIONS OF VLOGGERS AND CELEBRITIES ADD A VALUE ON A BRAND?**
Çelik Z., Bayraktar A.
Journal of research in business (online), cilt.7, sa.2, ss.298-315, 2022 (Hakemli Dergi)
- XIX. **A Bibliometric Analysis of Empirical Studies on Drone Delivery**
CESUR A., YİĞENOĞLU K., AYDIN İ., ÇELİK Z.
Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sa.58, ss.118-133, 2022 (Hakemli Dergi)
- XX. **METAVEVERSE: BIBLIOMETRIC ANALYSIS, A CONCEPTUAL MODEL PROPOSAL, AND A MARKETING-ORIENTED APPROACH**
Çelik Z., Dülek B., Aydın İ., Saydan R.
Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sa.24, ss.383-394, 2022 (Hakemli Dergi)
- XXI. **A Bibliometric Analysis of Empirical Studies on Cryptocurrencies in the Time of COVID-19**
YİĞENOĞLU K., CESUR A., ÇELİK Z., AYDIN İ.
Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2022 (Hakemli Dergi)
- XXII. **Bir Düşünce Sistemi Olarak Pazarlama**
ÇELİK Z.
Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi, cilt.3, sa.1, ss.64-75, 2022 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **THE MODERATING ROLE OF INFLUENCER ATTRACTIVENESS IN THE EFFECT OF BRAND LOVE, BRAND TRUST, BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON BRAND LOYALTY**
ÇELİK Z.
İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.21, sa.43, ss.148-167, 2022 (Hakemli Dergi)
- XXIV. **FACTORS AFFECTING POSITIVE WORD-OF-MOUTH COMMUNICATION INTENTION FOR DRONE-BASED DELIVERY SERVICE IN RETAILING**
DÜLEK B., ÇELİK Z.
Akademik Yaklaşımlar Dergisi, cilt.13, sa.1, ss.40-55, 2022 (Hakemli Dergi)
- XXV. **INVESTIGATION OF CONSUMERS' INTENTIONS TO USE DIGITAL CURRENCY FOR SHOPPING**
Çelik Z., Dülek B.
Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.12, sa.23, ss.284-303, 2022 (Hakemli Dergi)

- XXVI. **A Conceptual Model Proposal for Consumers' Flow Experiences in the Online Information Search Process**
ÇELİK Z.
Journal of Academic Perspective on Social Studies, sa.1, ss.66-76, 2022 (Hakemli Dergi)
- XXVII. **The Effect of Text, Image and Video-Based Product Review Presentation Formats on Online Purchasing Intention**
ÇELİK Z., KABAK A., USLU A.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.22, sa.2, ss.489-516, 2022 (Hakemli Dergi)
- XXVIII. **Consumers' foresight for the digital Turkish lira: an empirical study**
Aydın İ., Çelik Z., Yiğenoğlu K., Cesur A.
Journal of Financial Services Marketing, 2022 (ESCI)
- XXIX. **Restoranlarda Robot Garsonlar Kullanmanın Tüketicilerin Davranışsal Niyetlerine Etkisi**
Çelik Z., Aydın İ.
Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.23, sa.1, ss.317-336, 2022 (Hakemli Dergi)
- XXX. **Bibliometric Analysis of Flow Theory from Past to Present with Visual Mapping Technique: A Marketing-Sided Approach**
ÇELİK Z., USLU A.
ÖNERİ, cilt.17, sa.57, ss.243-267, 2022 (Hakemli Dergi)
- XXXI. **Bibliometric Analysis of Empirical Studies on the Subject of COVID-19 in Consumer Behaviour Researches Between 2020-2021 with Visual Mapping Technique**
AYDIN İ., ÇELİK Z.
Turkish Journal of Marketing, cilt.6, sa.3, ss.161-174, 2021 (Hakemli Dergi)
- XXXII. **TÜKETİCİ BAKIŞ AÇISINDAN STRATEJİK MARKA KAVRAMLARI VE MARKA MİMARİSİ STRATEJİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR ALAN ÇALIŞMASI**
ÇELİK Z.
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.0, sa.60, ss.775-798, 2021 (Hakemli Dergi)
- XXXIII. **Tüketicilerin Fiziksel Mağaza Alışverişlerinde Artırılmış Gerçeklik Uygulaması Olarak Akıllı Ayna Kullanmasının Davranışsal Niyete Etkisi**
ÇELİK Z., AYDIN İ.
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.13, sa.4, ss.3573-3585, 2021 (Hakemli Dergi)
- XXXIV. **Perakendecilikte drone ile ürün teslimatının tüketicilerin davranışsal niyetlerine etkisi**
ÇELİK Z., AYDIN İ.
Business and Management Studies: An International Journal, cilt.9, sa.4, ss.1422-1436, 2021 (Hakemli Dergi)
- XXXV. **MUTLULUK-DAVRANIŞ MODELİ: TÜKETİCİLERİN MENTAL İYİ OLUŞ HÂLİNİN ONLİNE FİİLİ SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ**
ÇELİK Z., DÜLEK B.
Beykoz Akademi Dergisi, cilt.8, sa.1, ss.252-264, 2020 (Hakemli Dergi)
- XXXVI. **Bir Örgütsel Kültür Olarak Pazarlamanın Kuramsal Çerçevesi**
ÇELİK Z.
Turkish Journal of Marketing, cilt.5, sa.1, ss.1-21, 2020 (Hakemli Dergi)
- XXXVII. **Web Sitesi İçeriğinin E-Perakendeciliğin Kullanıcı Kabulüne Etkisi**
ÇELİK Z., ERDEM Ş.
Turkish Journal of Marketing, cilt.3, sa.2, ss.108-126, 2018 (Hakemli Dergi)
- XXXVIII. **Kişisel Motivasyon Faktörlerinin Olumsuz Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Yapma Niyeti Üzerindeki Etkisi**
Çelik Z., Özkara B. Y.
JOURNAL OF THE HUMAN AND SOCIAL SCIENCE RESEARCHES, cilt.6, sa.2, ss.1224-1246, 2017 (Hakemli Dergi)

- I. **Çevrim İçi Bilgi Arama Süreci-Bilgi Teorisi, Teknoloji Kabul Modeli ve Akış Teorisi Esaslı Bir Bakış**
Çelik Z., Uslu A.
Nobel Yayınevi, Ankara, 2023
- II. **Sinik Tüketici Davranışları**
Çelik Z.
Tüketici Davranışlarında Güncel Yaklaşımlar, GÜMÜŞ CEMAL, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.135-152, 2023
- III. **Dijital Bankacılık Hizmetlerinde Blokzincir Teknolojisinin Kullanılmasına Yönelik Kavramsal Bir Model Önerisi**
Çelik Z.
Blokzincir Merkezli Güncel İş Modelleri, BEYBUR MUSTAFA, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.99-116, 2023
- IV. **Mobil Pazarlama**
Aydın İ., Çelik Z.
Yeni Nesil Pazarlama Yaklaşımları, MERMER ÜZÜMLÜ AYTUĞ, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.253-269, 2022
- V. **Ulusal Sürdürülebilir Pazarlama Literatürünün Bibliyometrik Analizi**
Çelik Z., Aydın İ.
İşletmecilik Alanındaki Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Muhasebe ve Finansman, Yönetim ve Organizasyon, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Boyutlarıyla), KELEŞ DURSUN, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.311-335, 2022
- VI. **Nöropazarlama-Tüketicinin Beynindeki Sırları Anlamak**
Aydın İ., Çelik Z.
Dijital Pazarlama-Yaklaşım ve Uygulamalar, YILMAZ EMRAH SITKI, Editör, Orion Akademi, Ankara, ss.278-299, 2022
- VII. **Turizm Sektöründe Sağlık Pazarlaması**
Çelik Z., Aydın İ.
Turizm Sektöründe Pazarlama Paradigmaları, ÖZDEMİR OSMAN, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.5-19, 2021
- VIII. **Turizm Sektöründe Mobil Pazarlama**
Çelik Z., Aydın İ.
Turizm Pazarlamasında Dijital Dönüşüm, ÖZDEMİR OSMAN, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.105-118, 2021
- IX. **Fijital (Phygital) Pazarlama**
Çelik Z.
Dijitalleşen Dünyada Pazarlama, SAĞLAM MEHMET, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.297-317, 2021

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **The Mediating Role of Team Love in the Effect of Football Team Success on Fans' Behavioral Intentions**
Çelik Z., Kabak A., Saydan R.
4th International Conference on Innovative Academic Studies, Konya, Türkiye, 12 - 13 Mart 2024, ss.872-877
- II. **The Mediating and Moderating Roles of Burnout on the Effect of Job Stress on Life Satisfaction of Call Center Employees**
Saydan R., Çelik Z., Kabak A.
4th International Conference on Innovative Academic Studies, Konya, Türkiye, 12 - 13 Mart 2024, ss.761-767
- III. **The Moderating Role of Mental Well-Being on the Effects of Shopping Well-Being and Shopping Ill-Being on Life Satisfaction**
Çelik Z., Saydan R.
3rd International Conference on Scientific and Academic Research, Konya, Türkiye, 25 - 26 Aralık 2023, cilt.1, sa.7, ss.6-9
- IV. **The Effects of Brand Association and Brand Relevance on Brand Equity**
Çelik Z., Saydan R.
3rd International Conference on Scientific and Academic Research, Konya, Türkiye, 25 - 26 Aralık 2023, cilt.1, sa.7, ss.168-171

- V. **Investigating the Effect of Social Media Marketing on Word of Mouth Communication**
Aydın İ., Çelik Z., Saydan R.
EGE 10th International Conference on Social Sciences, İzmir, Türkiye, 22 - 24 Aralık 2023, cilt.1, ss.1478-1483
- VI. **The Effects of Brand Trust, Brand Love and Brand Loyalty on Word-Of-Mouth Communication Intention**
Çelik Z., Aydın İ., Saydan R.
EGE 10th International Conference on Social Sciences, İzmir, Türkiye, 22 - 24 Aralık 2023, cilt.1, ss.1484-1489
- VII. **The Mediating Role of Brand Image in the Effect of Social Media Marketing on Purchase Intention**
Aydın İ., Çelik Z.
2nd International Conference on Frontiers in Academic Research, Konya, Türkiye, 4 - 05 Aralık 2023, cilt.1, sa.6, ss.223-227
- VIII. **The Mediating Role of Mental Well-Being in the Effect of Financial Well-Being on Shopping Well-Being**
Çelik Z., Aydın İ.
2nd International Conference on Frontiers in Academic Research, Konya, Türkiye, 4 - 05 Aralık 2023, cilt.1, sa.6, ss.68-72
- IX. **Mutluluğun Online Alışverişte Alışveriş ve Tekrar Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Algılanan Alışveriş Zevkinin İhlalçısı Rolü**
Çelik Z., Aydın İ.
4. International Istanbul Current Scientific Research Congress, İstanbul, Türkiye, 1 - 02 Mayıs 2023, ss.296-302
- X. **Marka Aşkıının Ağızdan Ağıza İletişim Üzerindeki Etkisinde Marka Sadakatinin Aracılık Rolünün İncelenmesi**
Aydın İ., Çelik Z.
2nd International Conference on Scientific and Academic Research, Konya, Türkiye, 14 - 16 Mart 2023, cilt.1, ss.168-173
- XI. **Drone ile Teslimata Yönelik Algılanan Güvenin Kullanım Niyeti Üzerindeki Etkisinde Algılanan Risk ve Ağızdan Ağıza İletişimin Aracılık Rollerinin Araştırılması**
Aydın İ., Çelik Z.
II. International Congress on Economics and Administrative Sciences 'New Threats and Opportunities in Global Politics and Economics', Bingöl, Türkiye, 19 - 20 Mart 2023, ss.200
- XII. **The Effect of Perceived Innovativeness of the Digital Turkish Lira on Intention to Use: The Mediating Role of Attitude**
Çelik Z., Yiğenoğlu K.
2. International Hasankeyf Scientific Studies and Innovation Congress, Batman, Türkiye, 25 - 26 Haziran 2022, ss.346-355
- XIII. **A Study on Consumers' Intentions to Reuse Mobile Apparel Applications**
Gülöz G. E., Erdem Ş., Çelik Z.
39th EBES CONFERENCE - ROME, Rome, İtalya, 6 - 08 Nisan 2022, ss.73
- XIV. **The Mediating Role of Shopping Experience in the Effect of Consumers' Mental Well-Being on Shopping Enjoyment**
Çelik Z., Habiboğlu Ö., Bölükbaşı Y.
International Hazar Scientific Researches Conference -III, Baku, Azerbaycan, 7 - 09 Ocak 2022, ss.125-133
- XV. **The Effect of Vlog Contents on the Online Purchase Intention and A Research**
Çelik Z., Uslu A.
ISPEC 6th International Conference on Social Sciences & Humanities, Siirt, Türkiye, 16 - 18 Mayıs 2021, ss.1-18
- XVI. **Research of Consumers' Online Shopping Attitudes and Intentions, Based on Fear of Coronavirus (Covid-19) and Death Anxiety**
Habiboğlu Ö., Çelik Z., Bölükbaşı Y.
3rd International Conference on Innovative Studies of Contemporary Sciences, Tokyo, Japonya, 19 - 21 Şubat 2021, ss.464-476
- XVII. **The Mediating Role of Death Anxiety on the Effect of Coronavirus (Covid-19) Fear on Attitude**

Towards Online Store and Physical Store Shopping

Çelik Z., Kabak A.

2nd International 5 Ocak Congress on Social Sciences and Humanities, Adana, Türkiye, 3 - 05 Ocak 2021, ss.372-381

XVIII. Tüketicilerin Kripto Para Kullanım Niyeti İle İlişkili Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Uygulamalı Bir Araştırma

Kabak A., Çelik Z.

6th International GAP Social Sciences Congress, Şanlıurfa, Türkiye, 4 - 06 Aralık 2020, ss.239-252

XIX. Online Ürün İncelemelerinde İnceleme Sunum Formatlarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Uygulamalı Bir Araştırma

Çelik Z., Kabak A.

1st International Palandöken Scientific Research Congress, Erzurum, Türkiye, 24 - 25 Kasım 2020, ss.278-290

Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler

Turkish Journal of Marketing Research (TUJOMR), Editör, 2021 - Devam Ediyor

Turkish Business Journal, Yardımcı Editör/Bölüm Editörü, 2021 - 2022

Bilimsel Hakemlikler

Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Nisan 2024

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ocak 2024

Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Kasım 2023

Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Kasım 2023

Journal of Metaverse, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Haziran 2023

Journal of research in business (online), Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Nisan 2023

Dicle Akademi Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Mart 2023

JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mart 2023

Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (Online), Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Şubat 2023

Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Kasım 2022

JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, SSCI Kapsamındaki Dergi, Eylül 2022

Journal of research in business (online), Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ağustos 2022

Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Temmuz 2022

Equinox Journal of Economics Business and Political Studies, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Haziran 2022

INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES, SSCI Kapsamındaki Dergi, Haziran 2022

Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Nisan 2022

JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ocak 2022

Sosyal Bilimler Akademi Dergisi , Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Eylül 2021

Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ağustos 2021

Turkish Journal of Marketing, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Ağustos 2021

Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Temmuz 2021

Business & Management Studies: An International Journal, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Haziran 2021

Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Haziran 2021

Turkish Journal of Marketing, Diğer İndekslerde Taranan Dergi, Mayıs 2021

Metrikler

Yayın: 66

Atıf (Scopus): 4

H-İndeks (WoS): 2

H-İndeks (Scopus): 1

Yayıcılık Etkinlikleri

Çelik Z., Sağlam M., Turkish Journal of Marketing Research (TUJOMR), Dergi Yayıncılığı, 2021 - Devam Ediyor