

**Doç. Dr. RAİFE MELTEM YETKİN
ÖZBÜK**



Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 242 227 4400](tel:+902422274400) Dahili: 3521

Fax Telefonu: [+90 242 227 2078](tel:+902422272078)

E-posta: rmyetkin@akdeniz.edu.tr

Web: <https://avesis.akdeniz.edu.tr/rmyetkin>

Posta Adresi: Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Pazarlama Bölümü,
07070 Konyaaltı/Antalya



Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0002-2014-1850

Publons / Web Of Science ResearcherID: I-7163-2017

Yoksis Araştırmacı ID: 163405

Eğitim Bilgileri

Doktora, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Türkiye 2012 - 2017

Yüksek Lisans, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri
Mühendisliği, Türkiye 2008 - 2012

Lisans, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
Türkiye 2003 - 2008

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

Doktora, Online Yorumda Ürün Kullanım Süresinin Algılanan Fayda Üzerindeki Etkileri, Akdeniz Üniversitesi, İşletme
Anabilim Dalı, 2017

Yüksek Lisans, Location Analysis of the Mobile/24 Emergency Service Vehicles of a Case Company, Orta Doğu Teknik
Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Mühendisliği, 2012

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Pazarlama Bölümü, 2022 - Devam Ediyor

Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Pazarlama Bölümü, 2018 - 2022

Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2013 - 2017
Araştırma Görevlisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2012 - 2013
Araştırma Görevlisi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2009 - 2012

Akademik İdari Deneyim

Anabilim/Bilim Dalı Başkanı, Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Pazarlama Bölümü, 2022 - Devam Ediyor
Bölüm Başkan Yardımcısı, Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Pazarlama Bölümü, 2022 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

Doktora

Sosyal Bilimlerde İleri Araştırma Yöntemleri I, Doktora, 2022 - 2023

Yüksek Lisans

Sosyal Bilimlerde İstatistik, Yüksek Lisans, 2021 - 2022

Lisans

Pazarlama Araştırmaları I, Lisans, 2022 - 2023

Fiyatlandırma Stratejileri, Lisans, 2017 - 2018

Endüstriyel Pazarlama, Lisans, 2017 - 2018

Üretim Yönetimi, Lisans, 2018 - 2019

ÜRETİM YÖNETİMİ, Lisans, 2017 - 2018

Yönetilen Tezler

Yetkin Özbük R. M., Coğrafi işaretili yiyecek ürünlerine yönelik satın alma niyetinin ve ödeme istekliliğinin araştırılması, Yüksek Lisans, D.ULUÇAY(ğrenci), 2024
Yetkin Özbük R. M., Müşterilerin restoranlarda oluşturduğu atık gıdaya ilişkin garsonların sulluk duygusu üzerine karma bir araştırma, Yüksek Lisans, A.TAŞKIN(ğrenci), 2022
Yetkin Özbük R. M., Instagram gönderilerinin analizi: Butik oteller üzerine bir alışma, Yüksek Lisans, E.BELEVİ(ğrenci), 2022
Yetkin Özbük R. M., Türkiye'de omni kanal perakendecilik: Bir içerik analizi alışması, Yüksek Lisans, B.OKTAY(ğrenci), 2021

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. Unpacking Sustainable Packaging Through the Stimulus-Organism-Response Model: A Systematic Literature Review**
Kıymahoğlu A., Yetkin zbk R. M., Aydın nal D., Dirlik O., Akar N.
SAGE OPEN, cilt.14, sa.4, ss.1-23, 2024 (SSCI)
- II. Coalescence of CSR and happiness for corporate sustainability: a systematic review of literature**
Kıymahoğlu A., Yetkin zbk R. M.
MANAGEMENT DECISION, cilt.62, sa.2, ss.614-642, 2024 (SSCI)
- III. Like grandmother, like mother, like daughter? Intergenerational influence on consumer intention to reduce food waste**
Filimonau V., Coşkun A., Yetkin zbk R. M., Ermolaev V. A.
JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION, cilt.416, ss.137920, 2023 (SCI-Expanded)
- IV. The impact of COVID-19 on food management in households of an emerging economy**

Yetkin Özbük R. M., Coşkun A., Filimonau V.

Socio-Economic Planning Sciences, cilt.82, 2022 (SCI-Expanded)

- V. **What influences consumer food waste behavior in restaurants? An application of the extended theory of planned behavior**
Coşkun A., Yetkin Özbük R. M.
WASTE MANAGEMENT, cilt.117, ss.170-178, 2020 (SCI-Expanded)
- VI. **Factors affecting food waste at the downstream entities of the supply chain: A critical review**
Yetkin Özbük R. M., Coşkun A.
JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION, cilt.244, 2020 (SCI-Expanded)
- VII. **Multiple criteria decision making in hotel location: Does it relate to postpurchase consumer evaluations?**
AKSOY Ş., Yetkin Ozbuk M.
TOURISM MANAGEMENT PERSPECTIVES, cilt.22, ss.73-81, 2017 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Analyzing Willingness to Pay for Geographically Indicated Products: A Study Using Binary Logistic Regression**
Uluçay D., Yetkin Özbük R. M.
ESKİSEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ İİBF DERGİSİ-ESKİSEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, cilt.20, sa.3, ss.765-788, 2025 (ESCI)
- II. **Omnichannel retailing in Türkiye: A content analysis study**
Oktay Bayhan B., Yetkin Özbük R. M.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.17, sa.2, ss.341-368, 2024 (Hakemli Dergi)
- III. **COVID-19 pandemisinin ürün değerlendirmeleri üzerindeki etkileri**
YETKİN ÖZBÜK R. M.
Business Management Studies: An International Journal (BMIJ), cilt.8, sa.3, ss.3471-3494, 2020 (Hakemli Dergi)
- IV. **Çevrimiçi yorumdan algılanan fayda: Ürün kullanım süresinin ve yorumun inandırıcılığının rolü**
YETKİN ÖZBÜK R. M.
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sa.56, ss.97-122, 2020 (Hakemli Dergi)
- V. **Segmentation of customers based on behavioral intention to use multi-channel banking and experience**
OKTAY B., YETKİN ÖZBÜK R. M.
Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar, cilt.4, sa.1, ss.13-26, 2020 (Hakemli Dergi)
- VI. **Restoranlardaki atık gıda oluşum sebeplerinin hizmet planı üzerinden incelenmesi**
Coşkun A., Yetkin Özbük R. M.
Business and Management Studies: An International Journal, cilt.7, sa.5, ss.2556-2576, 2019 (Hakemli Dergi)
- VII. **Environmental segmentation: young millennials' profile in an emerging economy**
Coskun A., Yetkin Özbük R. M.
Young Consumers, cilt.20, sa.4, ss.359-379, 2019 (Scopus)
- VIII. **Consumer Complaint Behavior: A Literature Review and Research Agenda**
KİTAPCI O., YETKİN ÖZBÜK R. M., SAKARYA A., Sarıyıldız A.
JOURNAL OF APPLIED ECONOMICS AND BUSINESS RESEARCH, cilt.9, sa.3, ss.141-165, 2019 (ESCI)
- IX. **Hastanelerin hizmet kalitesi ölçümüne alternatif bir yaklaşım**
AYDIN ÜNAL D., YETKİN ÖZBÜK R. M., AKINCI S.
International Review of Economics and Management, cilt.7, sa.1, ss.28-48, 2019 (Hakemli Dergi)
- X. **Emmy ödüllü dizilerde alkol ve sigara ürün yerleştirme uygulamalarının içerik analizi yöntemi ile incelenmesi**
Yaraş E., Yetkin Özbük R. M., Çorlu P.
Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.20, sa.3, ss.67-84, 2018 (Hakemli Dergi)

- XI. **Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi**
YARAŞ E., YETKİN ÖZBÜK R. M., ÇORLU P.
Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi Dergisi, cilt.20, sa.3, ss.67-84, 2018 (Hakemli Dergi)
- XII. **Factors affecting consumers' intention to purchase online**
Yaraş E., Yetkin Özbük R. M., Aydın Ünal D.
İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.63-74, 2017 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Examination of the Online Reviews' Perceived Helpfulness: The Review's Possibility of Being Helpful and the Number of Helpful Votes Taken**
Yetkin Ozbuk M., YARAŞ E., Sen A.
ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF THE SCHOOL OF BUSINESS, cilt.46, sa.2, ss.179-187, 2017 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Türkiye’de yayınlanmış olan kamu spotlarının içerik analizi yöntemi ile incelenmesi**
Yetkin Özbük R. M., Öz Y.
Business and Economics Research Journal, cilt.8, sa.3, ss.575-589, 2017 (Hakemli Dergi)
- XV. **Elektronik ağızdan ağıza iletişimin pazarlama literatüründeki önemi**
Yetkin Özbük R. M., Aksoy Ş.
Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.17, sa.35, ss.81-100, 2017 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Advergaming aiming children in Turkey: A content analysis of 65 advergaming**
Yetkin Özbük R. M., Aydın Ünal D.
Business and Economics Research Journal, cilt.8, sa.1, ss.115-130, 2017 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Tüketicilerin alışveriş merkezlerine yönelik tutum ve davranışlarına göre kümeleneşmesi**
Yaraş E., Yetkin Özbük R. M., Göncü Z. Ü.
International Review of Economics and Management, cilt.4, sa.2, ss.16-32, 2016 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Multi Criteria Decision Making Methods in Tourism and Hospitality Management Literature**
YETKİN ÖZBÜK R. M.
International Journal of Business and Management Studies, cilt.5, sa.2, ss.521-526, 2016 (Hakemli Dergi)
- XIX. **TÜKETİCİLERİN ALIŞVERİŞ MERKEZİ TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER**
YARAŞ E., YETKİN ÖZBÜK R. M., GÖNCÜ Z. Ü.
Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.16, sa.32, ss.274-284, 2016 (Hakemli Dergi)
- XX. **Tüketicilerin alışveriş merkezi tercihlerini etkileyen faktörler**
Yaraş E., Yetkin Özbük R. M., Göncü Z. Ü.
Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, cilt.16, sa.32, ss.274-285, 2016 (Hakemli Dergi)

Kitaplar

- I. **Consumer Behavior in Omnichannel Retailing**
YETKİN ÖZBÜK R. M., AYDIN ÜNAL D., Büşra O.
Managing Customer Experiences in an Omnichannel World: Melody of Online and Offline Environments in the Customer Journey, Taşkın Dirsehan, Editör, Emerald, Bingley, ss.75-95, 2021
- II. **Antecedents, Motivations, and Consequences of Electronic Word-of-Mouth Communication for Consumers: A Comprehensive Understanding**
YETKİN ÖZBÜK R. M.
Leveraging Consumer Behavior and Psychology in the Digital Economy, Norazah Mohd Suki, Norbayah Mohd Suki, Editör, IGI Global, ss.106-132, 2020
- III. **Doğal Reklamcılık**
YETKİN ÖZBÜK R. M., AYDIN ÜNAL D.
Yeni Nesil Pazarlama Yaklaşımları - Vaka Analizleri İle -, Aysun Kahraman, Esra Güven, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.255-273, 2019

Hakemli Bilimsel Toplantılarda Yayımlanmış Bildiriler

- I. **Restoranlarda müşterilerin atık gıda davranışları sonucunda garsonlarda oluşan suçluluk duygusunun araştırılması**
TAŞKIN A., YETKİN ÖZBÜK R. M.
ISARC: 1. International Akdeniz Scientific Research and Innovation Congress, Antalya, Türkiye, 04 Aralık 2021
- II. **Türkiye’de Omni Kanal Perakendecilik: Bir İçerik Analizi Çalışması**
OKTAY B., YETKİN ÖZBÜK R. M.
25. Pazarlama Kongresi, Ankara (Çevrimiçi), Türkiye, 30 Haziran 2021
- III. **The effects of the Covid-19 pandemic period on the fast-food industries’ communication in social media: The comparison of Turkey and Latvia**
Blauberga I., YETKİN ÖZBÜK R. M., Süsler Ö.
Global Conference on Services and Retail Management (GLOSERV 2021), Florida (Virtual Presentation), Amerika Birleşik Devletleri, 10 - 13 Mayıs 2021, ss.1
- IV. **A Comprehensive Examination of the Omnichannel Concept with Keyword Analysis**
YETKİN ÖZBÜK R. M.
International Scientific Researches Congress, Gümüşhane, Türkiye, 3 - 05 Aralık 2020, ss.505-520
- V. **Consumer Clusters Based on Health and Price Consciousness**
ÖZ Y., YETKİN ÖZBÜK R. M.
International Academic Research Conference on Marketing & Tourism, Paris, Fransa, 1 - 03 Temmuz 2016, ss.1-6
- VI. **Advergaming: Online privacy of children in Turkey**
YETKİN ÖZBÜK R. M., AYDIN ÜNAL D.
2nd International Conference on Contemporary Marketing Issues, Atina, Yunanistan, 18 - 20 Haziran 2014, ss.1094-1101