

Öğr. Gör. OĞUZ OYPAN

Kişisel Bilgiler

E-posta: oguzoypan@mku.edu.tr

Web: <https://avesis.mku.edu.tr/oguzoypan>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0001-8646-5682

Yoksis Araştırmacı ID: 280855

Eğitim Bilgileri

Doktora, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Türkiye 2018 - 2021

Bütünleşik Doktora, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye 2014 - 2018

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Türkiye 2008 - 2012

Yaptığı Tezler

Doktora, Genişletilmiş planlı davranış teorisi temelinde enerji tasarruflu ürünleri satın alma davranışı, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2021

Akademik Unvanlar / Görevler

Öğretim Görevlisi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, ANTAKYA MESLEK YÜKSEKOKULU, TOPTAN VE PERAKENDE SATIŞ BÖLÜMÜ, 2022 - Devam Ediyor

Araştırma Görevlisi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, 2018 - 2021

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- Identification of the drivers of and barriers to COVID-19 vaccine intake behavior using a mixed-method design: implications from a developing country**
Kordestani A., Oghazi P., Izmir O., OYPAN O., Ozer S.
Journal of Innovation and Knowledge, cilt.8, sa.4, 2023 (SSCI)
- Are shocks to disaggregated energy consumption transitory or permanent in Turkey? New evidence from fourier panel KPSS test**
ERDOĞAN S., Akalin G., OYPAN O.
Energy, cilt.197, 2020 (SCI-Expanded)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- INVESTIGATION OF ORGANIC FOOD CONSUMPTION BEHAVIOR IN THE CONTEXT OF S-O-R THEORY: THE CASE OF ANTAKYA - HATAY**
URAL T., OYPAN O.
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.0, sa.58, ss.177-196, 2021 (Hakemli Dergi)

- II. **Tüketicilerin Sosyal Medyada Yer Alan Kişisel Verilerinin İşletmeler Tarafından Kullanılmasına Yönelik Rahatlık Algısını Etkileyen Faktörler**
URAL T., OYPAN O.
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.12, sa.3, ss.2424-2441, 2020 (Hakemli Dergi)
- III. **AN EMPIRICAL STUDY ON ANTECEDENTS OF CONSUMPTION VALUES: THE MODERATING EFFECT OF SOCIAL CLASS**
URAL T., BALIKCIOGLU B., OYPAN O.
Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, cilt.0, sa.26, ss.115-134, 2020 (Hakemli Dergi)
- IV. **MEASUREMENT AND EVALUATION OF BRAND VALUE OF BANKS IN BIST SUSTAINABILITY INDEX: A FINANCIAL APPROACH**
karaömer y., OYPAN O.
Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.20, sa.1, ss.189-202, 2020 (Hakemli Dergi)
- V. **TARİHSEL REKLAMLARIN SOSYO-EKONOMİK VE KÜLTÜREL AÇIDAN YANSITTIKLARI: 1938 YILINDA HATAY GAZETESİ'NDE YAYINLANAN REKLAMLARIN İÇERİK ANALİZİ**
URAL T., ÖZKAYA DUMAN O., OYPAN O.
JOURNAL OF MEHMET AKIF ERSOY UNIVERSITY ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY, cilt.6, sa.3, ss.750-767, 2019 (Hakemli Dergi)
- VI. **Mediating Effect of Corporate Social Responsibility in the Relationship between Innovation and Firm Value**
URAL T., KAKILLI ACARAVCI S., OYPAN O., karaömer y.
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.14, sa.2, ss.479-490, 2019 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Z Kuşağı ve Dijital Oyun Bağımlılığı**
OYPAN O., İZMİR O.
Z Kuşağını Anlamak! İnsan Kaynakları Yönetimi ve Pazarlama Araştırmaları, Atalay, Emine; Tor Kadioğlu, Cansu, Editör, Nobel Yayınevi, ss.225-241, 2022
- II. **Sağlık Kurumlarında Hizmet Pazarlaması**
İZMİR O., OYPAN O.
SAĞLIK KURUMLARINDA GÜNCEL PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI, Çelik, B.; Tor Kadioğlu, C., Editör, EFE AKADEMİ, ss.87-104, 2022
- III. **COVID-19 Salgınına Yönelik Algıların Tespiti: Salgın Hakkında Doğru Bilinen Yanlışlara Sosyal Pazarlama Bağlamında Çözüm Önerileri**
İZMİR O., OYPAN O.
PANDEMİ SONRASI PAZARLAMA STRATEJİLERİ, Öztürk Esra, Tor Kadioğlu Cansu, Editör, GAZİ Yayınevi, ss.207-233, 2022

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Antecedents of Consumers' E-Waste Recycling Behavioral Intentions Based on Theory of Planned Behavior**
URAL T., OYPAN O.
YUVAM-YIRCoBS'21 5 thYeditepe International Research Conference on Business Strategies "Circular Economy for a Sustainable Future: A Multidisciplinary Approach ", 26 Kasım 2021

Metrikler

Yayın: 12

Atıf (Scopus): 38

H-İndeks (Scopus): 1