

Dr.Öğr.Üyesi AHMET ÜNAL

Kişisel Bilgiler

E-posta: ahmet.unal@erzincan.edu.tr

Web: <https://avesis.ebyu.edu.tr/ahmet.unal>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0003-1785-9367

Yoksis Araştırmacı ID: 283569

Eğitim Bilgileri

Doktora, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Türkiye 2012 - 2017

Yüksek Lisans, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, Türkiye 2009 - 2011

Lisans, İnönü Üniversitesi, İ.İ.B.F, İşletme, Türkiye 2003 - 2006

Ön Lisans, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir M.Y.O., İşletmecilik, Türkiye 2001 - 2003

Lisans, Uludağ Üniversitesi, Fen Edebiyat, Fizik, Türkiye 1996 - 2000

Sertifika, Kurs ve Eğitimler

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Proje Yazma Eğitimi, TÜBİTAK-İnönü Üniversitesi, 2015

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Bilimsel Proje Hazırlama Çalıştayı, TÜBİTAK-İnönü Üniversitesi, 2010

Eğitim Yönetimi ve Planlama, Burslardan Yararlanma ve Bilimsel Proje Hazırlama Çalıştayı, TÜBİTAK-İnönü Üniversitesi, 2010

Diğer, Kamu İhale Mevzuatı Eğitim Semineri, Kamusal Mevzuat Platformu Derneği, 2009

Yaptığı Tezler

Doktora, Siyasi Partilere Güvenin Sağlanmasında Pazarlamanın Etkisinin Bir Model Kapsamında İncelenmesi: Malatya İli Örneği, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 2017

Yüksek Lisans, Kamu ve Özel Sektör Hastanelerinde Sağlık Hizmetlerinin Pazarlanması: Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri (Malatya Örneği), İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama, 2011

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Dr.Öğr.Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Kemaliye Hacı Ali Akın Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü, 2018 - Devam Ediyor

Akademik İdari Deneyim

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Üniversite Öğrencisi Tüketicilerin Covid 19 Pandemisi Sürecinde Mobil Yemek Siparişi Uygulamalarına Yönelik Görüşlerine Güvenin Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma (The Effect of Trust on University Student Consumers Views Towards Mobile Food Ordering Applications in Covid-19 Pandemic Process)**
Ünal A., TAŞ M.
Journal of Tourism and Gastronomy Studies, cilt.9, sa.4, ss.2691-2712, 2021 (Hakemli Dergi)
- II. **Seçim Kampanyalarında Kullanılan Seçim Müziklerin Analizine Yönelik Bir Araştırma**
ÜNAL A., İMİK Ü.
İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.571-581, 2019 (Hakemli Dergi)
- III. **Sosyal Medyanın Turistlerin Satın Alma Kararları Üzerindeki Etkisi: Erzincan-Kemaliye Örneği**
TAŞ M., ÜNAL A., ZENGİN B.
JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES, cilt.7, sa.3, ss.2226-2250, 2019 (Hakemli Dergi)
- IV. **The Effect of Social Media on the Buying Decisions of Tourists: The Case of Erzincan-Kemaliye - Sosyal Medyanın Turistlerin Satın Alma Kararları Üzerindeki Etkisi: Erzincan-Kemaliye Örneği**
TAŞ M., ÜNAL A., ZENGİN B.
JOTAGS Journal of Tourism and Gastronomy Studies,, cilt.7, sa.3, ss.2226-2250, 2019 (Hakemli Dergi)
- V. **Müşteri Maliyetlerinin Analizine Yönelik Bir Çalışma: Sigorta Sektörü Örneği(A Study for the Analysis of Customer Costs: Insurance Sector Example)**
Aldırmaz Akkaya F., Ünal A.
İşletme Araştırmaları Dergisi (Journal of Business Research-Türk), cilt.11, sa.3, ss.1693-1711, 2019 (Hakemli Dergi)
- VI. **Sosyal Medyanın Turistlerin Satın Alma Kararları Üzerindeki Etkisi: ErzincanKemaliye Örneği (The Effect of Social Media on the Buying Decisions of Tourists: The Caseof Erzincan-Kemaliye)**
Taş M., Ünal A., Zengin B.
Journal of Tourism and Gastronomy Studies, cilt.7, sa.3, ss.2226-2250, 2019 (Hakemli Dergi)
- VII. **Mağaza Atmosferinde Etkili Olan Faktörlerle Memnuniyet-Sadakat-Tavsiye Etme Durumu Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Alan Çalışması**
TÜRK M., ÜNAL A.
CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ, cilt.20, sa.1, ss.260-280, 2019 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Otel Müşterilerinin E-Şikâyetlerinin Sınıflandırılmasına Yönelik Bir Çalışma**
ÜNAL A.
ULUSLARARASI YÖNETİM İKTİSAT VE İŞLETME DERGİSİ, cilt.15, sa.2, ss.561-581, 2019 (Hakemli Dergi)
- IX. **Bir Şehrin Pazarlanması ve Marka Şehir Olmasına Yerel Sağlık Kuruluşlarının Katkısı: İnönü Üniversitesi Karaciğer Nakli Enstitüsü Örneği**
ÜNAL A.
İnönü Üniversitesi Kültür Ve Sanat Dergisi, cilt.1, sa.2, ss.1-10, 2015 (Hakemli Dergi)
- X. **Kargo Hizmetlerinin Pazarlanmasında Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Malatya'da Bir Alan Çalışması**
ÜNAL A.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ, ss.119-133, 2014 (Hakemli Dergi)
- XI. **Sigorta Acentelerinin Temsilcisi Olduğu Sigorta Şirketlerine İlişkin Görüşleri**
ÜNAL A.
Sigorta Araştırmaları Dergisi, sa.10, ss.153-164, 2013 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Siyasetin Pazarlanması**
ÜNAL A.

Akademisyen Kitabevi, Ankara, 2019

II. Mağaza Atmosferi Yaratmada Müziğin Rolü

ÜNAL A.

Farklı Disiplinlerde Müzik, İmİK Ü., Editör, Gece Kitaplığı, Ankara, ss.241-260, 2017

III. Mağaza Atmosferi Yaratmada Müziğin Rolü

ÜNAL A.

Farklı Disiplinlerde Müzik, İMİK, ÜNAL, Editör, Gece Kitaplığı, Ankara, ss.241-260, 2017

IV. Doğal Gaz Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması Malatya

ÜNAL A.

Serhat Yayınevi, Malatya, 2012

V. Yurtkur Yurtlarında Barınan Öğrencilerin Yurtlarından Memnuniyet Düzeyi

ÜNAL A.

Serhat Yayınevi, Malatya, 2010

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. Tüketicilerin Restoran Tercihinde Etkili Olan Faktörlerle, Memnuniyet ve Sadakat Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Alan Çalışması

ÜNAL A., TÜRK M.

18. ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK KONGRESİ, Osmaniye, Türkiye, 2 - 04 Mayıs 2019, ss.1147-1167

II. Tüketicilerin Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Tüketim ve Pazarlanmasına İlişkin Görüşlerini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Çalışması

ÜNAL A., YILDIRIM Y.

InTraders Uluslararası Ticaret Kongresi, Sakarya, Türkiye, 10 - 12 Mayıs 2018, ss.210-225

III. TÜKETİCİLERİN TIBBİ VE AROMATİK BİTKİLERİN TÜKETİM VE PAZARLANMASINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ALAN ÇALIŞMASI

ÜNAL A., YILDIRIM Y.

InTraders International Conference, Sakarya, Türkiye, 10 - 12 Mayıs 2018, ss.1

IV. POPÜLER TÜRK MÜZİĞİNDE PAZARLAMA

ÜNAL A.

Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Gaziantep, Türkiye, 6 - 08 Nisan 2018, ss.26

V. SEÇİM KAMPANYALARINDA KULLANILAN MÜZİK ESERLERİNE YÖNELİK ÇEŞİTLİ TESPİTLER

ÜNAL A.

Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Gaziantep, Türkiye, 6 - 08 Nisan 2018, ss.25

VI. Siyasi Pazarlamada Bir Tutundurma Aracı Olarak Kurumsal Web Sitelerinin Kullanımı: Bilgi Sunma Fonksiyonu Üzerine Bir İnceleme

ÜNAL A.

Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi - III, Malatya, Türkiye, 11 - 13 Haziran 2015, ss.24-41

VII. Kurumsal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Türkiye'deki Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Çalışmaları Üzerine Bir Araştırma

ÜNAL A.

Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi-III, Malatya, Türkiye, 11 - 13 Haziran 2015, ss.84-101

VIII. "Testing the reliability and validity of the scale of exploring tourist satisfaction with mobile experience technology"

ÜNAL A.

International Tourism Week 2011, Antalya, Türkiye, 14 - 15 Nisan 2011

Metrikler

