

## 23. PAZARLAMA KONGRESİ PROGRAMI

27 Haziran 2018, Çarşamba		
08:00-17:00 Kayıt		
Saat	YER	
08.30-10:00	SALON PAPATYA Oturum Başkanı Prof.Dr.Alper ÖZER	<b>DOKTORA KOLOKYUMU</b>
		Fatma DEMİRAĞ, Psikolojik Mesafe İhracat Performansı İlişkisinde Yabancı Pazar Bilgisi Rolünün İncelenmesi Hilal ÖZTAY, Türkiye'deki Kadınların Moda Yaşam Tarzları Ve Moda Ürün Satın Alma İlişkisi Ayşe Bengi ÖZÇELİK, Hatırlanabilir Deneyim Yaratmak: Deneyim Kalitesinin Müşteri Katılımına Etkisi Kadir DELİGÖZ, Tüketicilerin Maskot Kullanan Markalara Yönelik Tutumlarında Antropomorfizm Rolü
10:00-12:00	BALO SALONU	<b>AÇILIŞ PROGRAMI</b>
	BALO SALONU Moderatör Prof. Dr. Alptekin ERKOLLAR	<ul style="list-style-type: none"><li>Saygı Duruşu ve İstiklal Marşı</li><li>Protokol Açılış Konuşmaları</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>Açılış Paneli "Endüstri 4.0 &amp; Pazarlama ve Ötesi"</li></ul> Selin TÜRKMENOĞLU - Philips, Aydınlatma Strateji ve İş Geliştirme Direktörü Murat KURLAR - Bosch, Endüstri 4.0 Projeleri Satış Direktörü Güner DEMİRURAL - Ford, Akıllı Üretim Teknolojileri Müdürü
12:00-13:00	SARDUNYA RESTORAN	<b>ÖĞLE YEMEĞİ</b>
<b>PARALEL OTURUMLAR -I-</b>		

13:15-14:45	<b>SALON LİLYUM</b> Oturum Başkanı Doç.Dr.Berna Tari Kasnakoglu	<p>Sibel AYDOĞAN, T. Sabri ERBİL, Bahadır AYAR, Özge GÜVENDİK, Seren DİLER &amp; Kemal GUSİNAC Marka Performansının Rekabet Gücüne Etkisi: Ulusal Ve Uluslararası Birleşme Ve Satın Almalar Açısından Bir Değerlendirme</p> <p>Gülpınar KELEMCİ, Gözde GÜSAN &amp; Ebru TİBET Marka Aşkı ve Marka Sadakati İlişkinde Kişilik Boyutu Olarak Hislere/Deneyime Açıklığın Düzenleyici Rolü</p> <p>Hasan Hüseyin ERDOĞAN &amp; Ebru ENGİNKAYA, Marka Deneyimi ve Marka Aşkı Açısından Havayolu Markalarının Karşılaştırılması</p> <p>Murat KOÇYİĞİT &amp; Murat ÇAKIRKAYA, E-wom Arama Motivasyonları ile Tüketici Temelli Marka Değeri Arasındaki İlişkiyi Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma</p>
	<b>SALON-PAPATYA</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Durmuş Ali Deveci	<p>Merve KELEBEK YİĞİT &amp; İçlem ER, Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Motivasyonlarını Belirleyen Faktörler: youtuber Takipçisi Olan Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma</p> <p>Hatice AYDIN, Yeni Sosyal Medya Trendi Olan Fomo'nun Pazarlama Alanında Kullanımı Üzerine Yapılan Çalışmalar</p> <p>Ömer YALÇIN &amp; Oylum EKŞİ, Instagram Üzerinden Pazarlama ve Tüketici Davranışlarına Etkisi</p> <p>Ahmet TUZCUOĞLU &amp; Burak YAPRAK, Twitter Kullanıcılarının Uber – Taksi Tartışmasına Katılımı: İçerik Analizi</p>
	<b>SALON-AÇELYA</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Gülpınar KELEMCİ	<p>Şenay Sabah ÇELİK, “Ankara'nın Bebesi Güçlü Olur”: Taraftarlık ve Marka Nefreti Kapsamında Ankaragüçlü Olmak</p> <p>H. Nur BAŞYAZICIOĞLU &amp; M. Şükrü AKDOĞAN, İçsel Pazarlama Faaliyetlerinin Satış Elemanlarının Tatmini ve Algılanan Performansı Üzerindeki Etkisi</p> <p>Gizem ARI &amp; Murat GÜLMEZ, Kâr amacı gütmeyen organizasyonların sanal dünyalardaki pazarlama faaliyetleri üzerine bir örnek olay çalışması: Second Life – Live and Learn in Kenya “Feed a Smile Örneği”</p> <p>Dicle YURDAKUL, Psikanalitik Kuram Perspektifi İle Tüketici Tatmini: Hızlı Tüketim Ve Arzu Döngüsü Üzerine Keşifsel Bir Çalışma</p>
	<b>SALON-İRİS</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Gül BAYRAKTAROĞLU	<p>Fulya AÇIKGÖZ &amp; Esra ARIKAN, The Effects of Personality and Social Traits on Conspicuous Consumption</p> <p>Tulin URAL &amp; Çilem Eda HALLUMOĞLU, Tüketim Değerlerinin Gösterişçi Tüketim Eğilimi Üzerindeki Etkileri: Hatay Örneği</p> <p>S. Sinem ATAKAN, Meltem TÜRE &amp; Mina SERAJ, In the Pursuit of Healthy Food Consumption: Consumers` Strategies of Control</p> <p>Ömer TORLAK, Müjdat ÖZMEN, Mahmut Sami İŞLEK, Ufuk AY &amp; Muhammet Ali TİLTAY, Ritüele Katılımdaki Rollere Göre Tüketici Tipolojileri</p>

14:45-15:00	FUAYE ALANI	ÇAY & KAHVE ARASI
		<b>PARALEL OTURUMLAR –II-</b>
15:00-16:15	<b>SALON-PAPATYA</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Mehmet Tokay ARGAN	Haldun ÇOLAK & Celal Hakan KAĞNICIOĞLU, Tüketicilerin Yeni Nesil Akıllı Telefon Tercihinde Öne Çıkan Kriterlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Uygulama  Mücahid YILDIRIM & Şuayıp ÖZDEMİR, Tüketici Etnosentrizmi ve Yenilikçiliği Kapsamında Yerli Elektrikli Otomobil Fikrinin Değerlendirilmesi  Özge BARUÖNÜ LATİF, Müge ÖRS & Ahmet BAŞÇI, İkinci Dalga Kahvelerin Tercih Edilmesini Etkileyen Faktörler: İçtiğimiz Kahveleri Tanıyor Muyuz?
	<b>SALON-AÇELYA</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Mehmet MARANGOZ	Burcu Kuleli PAK, Bora MOCAN, Neşe BAZ, Sema Yıldız YOLDAŞ & Ayça Erdoğan İZOL, Yenilikçi İş Zekası Uygulamalarıyla Dijital Pazarlama Verilerinin Kullanılarak, Kendi Kendini Yöneten (Otonom) Akıllı Sistemler Geliştirilmesi  Deniz AKGÜL, Black Mirror Gerçek Olsa: Teknolojik Alışverişler Sizi Ne Kadar Korkutuyor?  Mutlu Yüksel AVCILAR, Banu Kültür DEMİRGÜNEŞ & Mehmet Fatih AÇAR, Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Kullanıcı Deneyimi Tatmin Ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi
	<b>SALON-İRİS</b> Oturum Başkanı Doç.Dr.Nitifer AYDINOĞLU	Cansu YILDIRIM & Kübra BÜLBÜL, Elektronik Ticarete Faaliyet Gösteren Lojistik Hizmet Sağlayıcıların Hizmet Hatalarının Sınıflandırılması  Mustafa KARADENİZ, Güzide ÖNCÜ EROĞLU PEKTAŞ & Merve Yanar Gürce, Hızlı Feribot Taşımacılığında Algılanan Hizmet Kalitesinin Modern Teknolojilerle Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: İstanbul Uygulaması  Işık Özge YUMURTACI HÜSEYİNOĞLU , Gülmüş BÖRÜHAN & Feridun Mete SORKUN, Tedarik Zinciri Esnekliğinin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi
16:45	THE NESS OTEL OTO PARK ALANI	KÖRFEZ TURU İÇİN HAREKET

17:00-19:00	GÖLCÜK İSKELESİ	İZMİT KÖRFEZ TURU
20:00-22:00	KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ KARTEPE PARK OTEL	AKŞAM YEMEĞİ

28 Haziran 2018, Perşembe		
Saat	YER	PARALEL OTURUMLAR –III-
09:00-10:30	SALON LİLYUM Oturum Başkanı Prof.Dr.Selçuk Burak HAŞILOĞLU	Edin Güçlü SÖZER, E-Perakende Markalarında Müşteriyi Tutma: Müşteri Deneyimi, Memnuniyeti, Marka Değeri ve Marka Değişirme Eğilimi Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Çalışma Çağla ARIKER & Uğur YOZGAT, Algılanan Mağaza Çevresi, Perakende Müşterilerinin Hissettiği Karışıklık ve Alışveriş Deneyimi İlişkisi F. Görgün DEVECİ & Sevtap ÜNAL, Yeni Bir Deneyimsel Pazarlama Metodu: Pop-Up Mağazalar Kenan AYDIN & Şirin Gizem KÖSE, Moda Perakendeciliği Sürdürülebilir Olabilir Mi?
	SALON-PAPATYA Oturum Başkanı Prof.Dr.Aysel ERCİŞ	Selime SEZGİN, Petek TOSUN & Elif BÖREKÇİ, Finansal Hizmetlerde Kurumsal Marka İmajı ve Marka Güveninin Bankacılık Hizmeti Alma Eğilimine Etkisi Betül BALIKÇIOĞLU & Fatih Mehmet KIYAK, Tüketici Marka İlişkilerinin Olumsuz Yönleri Üzerine Nicel Bir Araştırma Bahtişen KAVAK, Öznur ÖZKAN TEKTAŞ, Niray TUNÇEL & Şerife KAZANCI SUNAOĞLU, Türkiye'deki Yabancı Menşeli Üniversite Tercihinde Kişisel ve Bölgeye Yönelik Faktörlerin Rolü Musa PINAR, Tulay GİRARD, Cigdem BAŞFIRINCI & Trapp Paul, Examining the Relationship between Brand Equity Dimensions and University Brand Equity: An Empirical Study in Turkey Barış PEKTEZOL, Film Endüstrisinde Marka Stratejileri: Film Serileri Üzerine Bir İnceleme

	<p><b>SALON-AÇELYA</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Müge ARSLAN</p>	<p>Ayşe ŞAHİN, Lina ÖZTÜRK &amp; Zeynep Sevgi BALIK, Kadın Tüketicilerin Cilt Bakım Ürünleri Satın Alma Kararında Sosyal Medyadaki Kullanıcı Yorumlarının Rolü</p> <p>Ebru SÜRÜCÜ &amp; Gül DENKTAŞ ŞAKAR, Sosyal Medya Aracılığıyla Paydaş Katılımının Ölçülmesi: Lojistik Sektörü Üzerine Bir Çalışma</p> <p>İbrahim SABUNCU &amp; Mahir ATMIŞ, Twitter'da Türk Hava Yolları İçin Sosyal Medya Analitiği Uygulamaları</p> <p>İçlem ER &amp; Şeyda YILDIZ, "Artık Yolcu Yoktur,Herkes Mürettebattır": Instagram Kullanıcılarının Sosyal Ticaret Alışveriş Niyetini Etkileyen Faktörler</p>
	<p><b>SALON-İRİS</b> Oturum Başkanı Doç.Dr.Fatma Zeynep ÖZATA</p>	<p>Semra DOĞAN &amp; B.Zafer ERDOĞAN, Ünlü-Ürün Uyumunun Reklama Karşı Tutum ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi</p> <p>Çağatay AKDOĞAN &amp; Ayşe AKYOL, Farklı Reklam İçeriğine Maruz Kalan Deneklerin İşlevsel, Bilişsel ve Genetik Yanıtları Üzerinden Reklam Etkinliğinin Analizine Keşifsel Bir Yaklaşım</p> <p>Mustafa Çağrı SERTGÖZ &amp; Mehmet Özer DEMİR, Breaking Point Age Of Children's Attitudes Toward TV Commercials</p> <p>Derya ALTINTAŞ &amp; H.Sabri KURTULDU, İkinci Ekran Uygulamalarının TV'deki Ürün Yerleştirmeler Yoluyla Satın Alma Davranışına Etkisine Yönelik Kavramsal Bir Bakış</p>
10:30-10:45	<b>FUAYE ALANI</b>	<b>ÇAY &amp; KAHVE ARASI</b>
		<b>PARALEL OTURUMLAR -IV-</b>
10:45-12:15	<p><b>SALON LILYUM</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Sevtap ÜNAL</p>	<p>Mehtap KOÇ &amp; Kenan OK, Orman Ürünleri Endüstrisinde Yeşil Tüketici Analizi</p> <p>Aysel ERCİŞ &amp; Bahar TÜRK, Genişletilmiş Amaca Yönelik Davranış Modeli ile Çevreci Ürün Satın Alma Niyetinin İncelenmesi</p> <p>Kazım KARABOĞA &amp; Emine Nihan CİCİ KARABOĞA, Tedarik Zinciri Yönetiminde Yeni Bir Maliyet Unsuru: Karbon Salınım Hakkı Maliyeti Ve Yeşil Pazarlama İlişkisi</p> <p>Gözde Nur KAZAZOĞLU ŞAHİN &amp; Şebnem BURNAZ, Ne Yaptığın Değil, Nasıl Algılandığın Önemli: Tüketici Gözünden Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ve Tüketicilerin Gönüllülük İsteği Üzerindeki Etkisi</p> <p>Ekrem Alper CANAN &amp; Canan MADRAN, Sürdürülebilir (Yeşil) Demiryolu Yolcu Taşımacılığı: Yolcu Perspektifinden Bir Modelleme</p>

	<p><b>SALON-PAPATYA</b> Oturum Başkanı Doç.Dr.Eser GEGEZ</p>	<p>Kalender Özcan ATILGAN, Evrim Ersin KANGAL &amp; Muharrem KÜÇÜKTALASLIO, Tüketicilerin Algıladıkları Kalite, Fiyat Hassasiyetleri Ve Satın Alma İstekliliklerinin Fiyat Değişkenliği ve Fiyat Değişim Sıklığı Bağlamında İncelenmesi</p> <p>İbrahim AYVAZ &amp; Davut ELMASTAŞ, Fiyat İndirimlerinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisinde Algılanan Kurumsal İtibarın Rolü.</p> <p>A.Celil ÇAKICI, Gül Ferhande CANPOLAT, Banu ES YILMAZ &amp; Cansu TOR KADIOĞLU, Moda Bilinci ve Prestij Duyarlılığı: Fiyat Duyarlılığı Yüksekliğine Göre Karşılaştırmalı Bir Çalışma</p>
	<p><b>SALON-AÇELYA</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Remzi ALTUNİŞİK</p>	<p>Süleyman Can YILDIRIR &amp; Burçin KAPLAN, Hedonik ve Faydacı Güdülerin Mobil Uygulama Kullanımına Etkisi</p> <p>Murat Fatih TUNA, Selçuk Yasin YILDIZ &amp; Ekin SAVAŞ, Mobil Alışveriş Davranışları Üzerinde, Hazcılık Ve Yenilikçilik Esintileri</p> <p>Elif CAN &amp; Halil Semih KİMZAN, Nomofobi İle Satın Alma Davranışı İlişkisinde Mobil Ticaretin Rolü</p> <p>Bayram KARAKULLUKÇU &amp; Esen ŞAHİN, Gelenekselden Dijitale Pazarlama 4.0 Bağlamında Transmedya Hikâyeleştirme: Masumiyet Müzesi Örneği</p>
	<p><b>SALON İRİS</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Suphan NASIR</p>	<p>Ebru Tümer KABADAYI, Alev Koçak ALAN &amp; Selen BAKIŞ, The Role of Ignored Motivators: Intrinsic Motivations' Effects on Intention of Using mhealth Apps</p> <p>Alev KOÇAK ALAN, Ebru Tümer KABADAYI &amp; Nilşah CAVDAR, The effect of flow experiences and expectations of online gamers on online games continuance intention: The moderating role of locus of control</p> <p>Melek ERDİL, The Impact Of Socio-Demographic Characteristics On Adoption of Wearable Fitness Devices</p> <p>Ayşegül ERMEÇ SERTOĞLU &amp; Özlem ÇATLI, E-Alışveriş Yapan Tüketicilerin Alışveriş Motivasyonlarına Göre Bölümlendirilmesi: Kümeleme Analizi</p>
12:00-13:00	<p><b>SARDUNYA RESTORAN</b></p>	<p><b>ÖĞLE YEMEĞİ</b></p>
13:15-14:00	<p><b>SALON-LİLYUM</b> Özel Oturum Prof.Dr.Selçuk Burak HAŞILOĞLU</p>	<p><b>Anket mi? Bir Daha Düşünün!</b></p> <p><b>Anket Formunun Tasarlanması ve Sonuçların Cevaplama Tarzı Açısından Değerlendirilmesi</b></p>

<b>PARALEL OTURUMLAR -V-</b>		
<b>14:00-15:30</b>	<b>SALON PAPATYA</b> Oturum Başkanı Doç.Dr.Emre Şahin DÖLARSAN	<p>Azize ŞAHİN, Ayça TÜKEL ERGÜN &amp; Ayşe GÜNSEL, Müşteri İlişkileri Yönetimi İle Finansal Performans İlişkisinde Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Rolü: Perakende Sektöründe Bir Uygulama</p> <p>Aysel ERCİŞ, Enes Emre BAŞAR, Bahar TÜRK &amp; Adnan KARA Kamu Teşviklerinden Yararlanan KOBİ'lerin Firma Performanslarının Teknoloji Transferi ve Pazarlama Yenilikçiliği Açısından İncelenmesi: TRA 1 Bölgesi Uygulaması</p> <p>Gökçay BALCI &amp; İsmail Bilge ÇETİN, Ege Bölgesi İhracatçılarının Konteyner Hattı Seçim Kriterleri</p>
	<b>SALON-LİLYUM</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Burcu İLTER	<p>Musa PINAR, Coleen Wilder &amp; Sinan Nardalı, Are Services Perceived as Masculine or Feminine? Comparisons of American and Turkish Millennials' Perceptions</p> <p>Erdoğan KOÇ, Özer YILMAZ &amp; Hakan BOZ, Dizginleyici Kültürlerde Hizmet Telifisi Paradoksu: Turizm ve Konaklama Sektörü</p> <p>Ahmet KOÇAK &amp; Emrah BİLGİÇ, Metin Madenciliği: Hizmet Pazarlaması İçin Bir Uygulama</p> <p>Ayşe ŞAHİN, Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY &amp; Ümit DOĞRUL, Akıllı Saatlerin Satın Alma Nedenlerini Belirleyen Faktörler: Keşifsel Bir Çalışma</p>
	<b>SALON-AÇELYA</b> Oturum Başkanı Prof.Dr.Şebnem BURNAZ	<p>Kıvılcım DOĞERLİOĞLU DEMİR &amp; Cenk KOÇAK, How Do Negative Numbers in Marketing Communications Affect Consumer Price Perceptions?</p> <p>Derya OKUMUŞ &amp; Nilüfer GÖKDAĞLI, Reklamlarda Feminen Görünümlü Erkek Ünlü Kullanımının Tüketiciler Üzerindeki Etkisi</p> <p>Xiaohan WEN &amp; Sinem ATAKAN, To Participate, or Not to Participate? New Product Development versus Advertising-Related Crowdsourcing Campaigns</p> <p>Hayat AYAR ŞENTÜRK, Ali Ekber AKGÜN &amp; Halit KESKİN, Tatil Paylaşımlarını Niçin Seviyoruz? İkna Mesajlarının Duygusal ve Davranışsal Tepkiler Üzerine Etkisi.</p>
<b>15:30-15:45</b>	<b>FUAYE ALANI</b>	<b>ÇAY &amp; KAHVE ARASI - PPAZ İLE TRİLEÇE İKRAMI</b>
<b>PARALEL OTURUMLAR -VI-</b>		

15:45-17:15	<b>SALON-PAPATYA</b> Oturum Başkanı Doç.Dr.Ölğün KİTAPÇI	<p>Musa KABAKÇI, Bilsen BİLGİLİ &amp; Şebnem BURNAZ, Mobil Navigasyon İle Park Yeri Uygulaması: Tüketici İçin Gerçekten Faydalı, Kolay ve Risksiz mi?</p> <p>Serap ÇABUK, Didem DEMİR &amp; Selçuk Yasin YILDIZ, Omnichannel Dünyasında Tüketicilerin Satın Alma Davranışları</p> <p>Behçet Yalın ÖZKARA &amp; Volkan DOĞAN, Meselenin Özünü Mü Yoksa Detaylarını Mı Zihinsel Olarak Algılamak Daha Kolay?: Fenomenlerin Soyutluğu ve Kurgulama Seviyesi Doğrultusunda Zihinsel İşyükünün EEG ile İncelenmesi</p> <p>Burcu CANDAN, Bilsen BİLGİLİ &amp; Şenol HACİFENDİOĞLU, Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde Endüstri 4.0</p>
	<b>SALON-AÇELYA</b> Oturum Başkanı Doç.Dr.Öznuur ÖZKAN TEKTAŞ	<p>Kenan AYDIN, Arzu Karaman AKGÜL, Berkay BULUT, Şirin Gizem KÖSE, Türkiye'de Dijital Dönüşümün Güncel Analizi</p> <p>Sezer KORKMAZ, Gamze ARIKAN &amp; Yasemin KURUMLU, Yeniliklerin Yayılması Teorisi Kapsamında Hekimlerin Yeni Tıbbi Teknolojilere Bakış Açılarını ve Uyum Sürecini İçeren Bir Araştırma</p> <p>Sezer KORKMAZ &amp; Kenan BİRSEN, Pazarlama 4.0'a Geçiş Sürecinde Sağlık Endüstrisi İçin Değer Temelli Pazarlama İlişkilerine Yönelik Bir Uygulama</p> <p>Hasan GEDİK &amp; Kemal KAMACI, Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Problemleri ve Pazarlamaya Etkisi</p>
	<b>SALON-İRİS</b> Oturum Başkanı Doç.Dr.Emine Gül KARABABA	<p>Adnan Veysel ERTEMEL &amp; Peyvent PEYK, The Impact of Zero Moment Of Truth on Consumer Buying Decision: A Research in Turkey</p> <p>Özge BARUÖNÜ LATİF &amp; Şahver OMERAKİ ÇEKİRDEKÇİ, Just Do It or Don't Do It: Counterfeit Dilemma</p> <p>Melis CEYLAN, Ezgi AKPINAR UYSAL &amp; Selin ATALAY, Tüketici Paylaşımlarında Sosyal Dışlanmanın Etkisi</p> <p>Begum YETİŞER, How Do We Pursue Our Goals When They Are Artificial?: The Role of Psychological Distance on Goal Motivation</p>
17:15-18:00	<b>SALON-LİLYUM</b> Özel Oturum	<p><b>Ülkemizde Pazarlama Alanındaki Akademik Çalışmalarla İlgili Prof.Dr.Kemal Kurtuluş İle Söyleşi</b></p>
18:00-19:00	<b>SALON-PAPATYA</b>	<p><b>PPAD YÖNETİM KURULU, KONGRE ALAN KOORDİNATÖRLERİ VE DÜZENLEME KURULU TOPLANTISI</b></p>

20:00-23:00	BALO SALONU	GALA YEMEĞİ
		29 Haziran 2018, Cuma
10:00-15:00	HAREKET YERİ: THE NESS OTEL PARK ALANI	<ul style="list-style-type: none"><li><b>SOSYAL PROGRAM (İZMİT-KANDIRA-KEFKEN-KERPE TURU)</b> <i>TheNess Otel-Sekapark (Tarihi Kağıt Fabrikası)-Şehir Turu- Kandıra-Kefken-Kerpe (Pembe Kayalar)-Kocaeli Üniversitesi Umuttepe Yerleşkesi –Otogar/The Ness Otel</i></li></ul>

**Not:** Sosyal Programa Katılacak Olanların Kongre Kayıt Esnasında Bilgi Vermeleri GerekmeKtedir.

Körfez Gezisinde Yanınıza Şapka Almanız Tavsiye Olunur.