

Prof. ALPER ÖZER

Personal Information

Office Phone: [+90 312 595 1321](tel:+903125951321)

Email: ozer@politics.ankara.edu.tr

Web: <https://avesis.ankara.edu.tr/101812>

International Researcher IDs

ScholarID: ZCUmAegAAAAJ

ORCID: 0000-0002-2886-7314

Publons / Web Of Science ResearcherID: ACX-5521-2022

ScopusID: 57212958601

Yoksis Researcher ID: 113009

Education Information

Doctorate, Ankara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 1997 - 2004

Postgraduate, University of New Haven, Business School, Business Administration, United States Of America 1994 - 1996

Undergraduate, Anadolu University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, Department Of Business, Turkey 1988 - 1992

Foreign Languages

English, C1 Advanced

Dissertations

Doctorate, Yeni ürün stratejisi olarak ürün hattının genişletilmesi, Ankara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004

Research Areas

Marketing

Academic Titles / Tasks

Professor, Ankara University, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017 - Continues

Associate Professor, Ankara University, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2011 - 2017

Academic and Administrative Experience

Ankara University, 2013 - Continues

Courses

Stratejik Pazarlama Yönetimi, Doctorate, 2022 - 2023
Pazarlama Yönetimi, Postgraduate, 2013 - 2014
Marketing, Undergraduate, 2013 - 2014, 2011 - 2012, 2010 - 2011
Marka Yönetimi, Postgraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011
Tüketici Davranışları, Postgraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011
Hizmet Pazarlaması, Postgraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013
Tüketici Davranışı, Doctorate, 2013 - 2014, 2011 - 2012, 2010 - 2011
Pazarlama, Postgraduate, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012
Stratejik Pazarlama Yönetimi, Doctorate, 2012 - 2013
Pazarlama İlkeleri, Undergraduate, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010
Pazarlama Yönetimi, Undergraduate, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010

Advising Theses

Özer A., Ünlülere Bağlanmanın Benlik-Uyumu ve Markaya Bağlanma Üzerindeki Etkisi: Kültürlerarası Bir Karşılaştırma, Doctorate, M.ÖZER(Student), 2022
Özer A., Markalı mobil uygulamalarda marka mutluluğu: Biliş-Duygu-Davranış modeli çerçevesinde öncüller ve sonuçlar, Doctorate, A.ERDEM(Student), 2022
ÖZER A., Coordinated open innovation model proposal for high technological production in 5g and beyond technologies for Turkey, Doctorate, G.ÇİÇEK(Student), 2021
ÖZER A., Havayolu taşımacılığında uçuş öncesi, uçuş sırası ve uçuş sonrası hizmet kalitesinin havayolu marka imajı, havayolu marka değeri ve ağızdan ağıza pazarlama üzerine etkisi / The effect of pre-flight, in-flight and post-flight service quality of airline transportation on airline brand image, airline brand equity and word-of-mouth marketing, Postgraduate, E.CİVELEK(Student), 2020
ÖZER A., The effect of customer value on brand image and brand engagement: The regulatory role of involvement, Doctorate, G.KARAKAYA(Student), 2020
ÖZER A., Fonksiyonel ve sembolik faydanın mobil hizmetlerin kullanım niyeti üzerindeki etkisi: Mobil hizmet kalitesi açısından bir inceleme / Effects of functional and symbolic benefits on the intention to use of mobile services: A mobile service quality perspective, Postgraduate, G.Tepe(Student), 2020
ÖZER A., Havayolu taşımacılığında uçuş öncesi, uçuş sırası ve uçuş sonrası hizmet kalitesinin havayolu marka imajı, havayolu marka değeri ve ağızdan ağıza pazarlama üzerine etkisi, Postgraduate, E.CİVELEK(Student), 2020
ÖZER A., Fonksiyonel ve sembolik faydanın mobil hizmetlerin kullanım niyeti üzerindeki etkisi: Mobil hizmet kalitesi açısından bir inceleme, Postgraduate, G.TEPE(Student), 2020
ÖZER A., Analyzing the factors affecting consumer acceptance of mobile marketing: Moderating effect of innovativeness and purpose of use, Postgraduate, T.YILDIZ(Student), 2020
ÖZER A., Determinants of design orientation and its effect on new product performance: Moderating role of entrepreneurial orientation, Postgraduate, B.ÖZCAN(Student), 2020
ÖZER A., Benlik Uyumu ve Fonksiyonel Uyumun Marka Mutluluğu ve Marka Nefreti Üzerindeki Etkisi, Doctorate, A.ERDEM(Student), 2019
ÖZER A., The effect of creativity and imagination with co-creation on brand loyalty, Postgraduate, İ.HAKAN(Student), 2019
ÖZER A., İNTERNET ÜZERİNDEN ORGANİK GIDA SATIN ALIMI, Postgraduate, G.ŞAHİN(Student), 2019
ÖZER A., Lüks Ürünlerde Satın Alma Eğilimini Belirleyen Etmenler, Postgraduate, İ.ÇAKIN(Student), 2019
ÖZER A., Marka Havalılığının Tüketici Davranışlarına Etkisi: Psikolojik Faktörlerin Rolü, Doctorate, E.GENÇ(Student), 2019
ÖZER A., Aile şirketlerinin kurumsallaşma süreci, aile şirketlerinin kurumsallaşma unsurlarının performans üzerine etkisine dair bir araştırma, Postgraduate, E.TURHANLI(Student), 2018
ÖZER A., TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR İNSAN KAYNAĞI OLARAK MESLEK LİSELERİ TABANLI MESLEK YÜKSEK OKULLARININ TÜRKİYE VE SEÇİLEN BAŞARILI ÖRNEK ÜLKELER KAPSAMINDA İNCELENMESİ,

Postgraduate, B.ÖZGÜR(Student), 2018

ÖZER A., Hizmet kalitesinin müşteri tatmini, marka sadakati ve müşteri değeri üzerindeki etkisi: Katılım ve ticari banka müşterilerine yönelik bir uygulama, Postgraduate, Ü.ATEŞ(Student), 2018

ÖZER A., Algılanan şehir imajı ve destinasyon kişilik özelliklerinin destinasyon seçimine etkisi, Postgraduate, G.ALKAÇIR(Student), 2017

ÖZER A., Evaluation of the effect of collective self esteem on conspicuous consumption, Postgraduate, Ö.ARIKAN(Student), 2017

ÖZER A., The effects of responsive and proactive market orientation to the new product success, Postgraduate, T.Ezgi(Student), 2017

ÖZER A., Fonksiyonel ve sembolik faydanın marka genişletmesine yönelik tüketici tutumları üzerindeki etkisi: İlgi ve yenilikçiliğin rolü, Doctorate, O.DOVGANIUC(Student), 2017

ÖZER A., Marka güveni, müşteri memnuniyeti ve algılanan hizmet kalitesinin marka sadakati üzerine etkisi, Postgraduate, N.KÖSE(Student), 2015

ÖZER A., Müşteri ilişkileri yönetiminin algılanan kalite tatmin ve marka sadakatine etkisi, Postgraduate, B.CEMİLE(Student), 2015

ÖZER A., Parasal ve parasal olmayan satış tutundurmanın marka değerine etkisi, Postgraduate, M.ÖZER(Student), 2013

ÖZER A., Tersine lojistik süreci ve işletmelerde uygulanması üzerine bir çalışma, Postgraduate, E.AYHAN(Student), 2012

ÖZER A., Gösteriş amaçlı ürünlerin satın alınmasında ülke orijini etkisi, Postgraduate, O.DOVGANIUC(Student), 2012

ÖZER A., Müşteri sadakati yaratma sürecinde müşteri değeri ve müşteri tatmininin rolü: Telekomünikasyon sektöründe bir uygulama, Postgraduate, M.ÇETİN(Student), 2012

ÖZER A., Rekabet ortamında müşteri ve yenilik odaklılığın KOBİ'lerin performansına etkileri: Kazakistan örneği, Postgraduate, N.ABDRAKHMANOVA(Student), 2011

ÖZER A., Fırsatı algılama ve değerlendirme sürecinde bilişsel faktörlerin ve kurumsal çevre faktörlerinin yeniliğin değerine etkisi, Doctorate, Ö.GÖKBULUT(Student), 2011

ÖZER A., Pazar oluşturmada işletme sınırlarının etkileri, Doctorate, Ş.SABAH(Student), 2011

ÖZER A., Ülke imajı ve marka imajı etkilerinin değerlendirilmesi ve satın alma kararı üzerindeki etkileri, Postgraduate, S.NEŞE(Student), 2011

ÖZER A., Yeniliğin müşteri sadakati üzerindeki etkileri; turizm sektörüne yönelik bir araştırma, Postgraduate, U.ÇAMLI(Student), 2010

ÖZER A., İlişki pazarlaması uygulamalarının müşteri sadakati yaratmadaki rolü, Postgraduate, E.YAĞAN(Student), 2010

ÖZER A., KOBİ'lerin Pazarlama Faaliyetlerinde İnternet Kullanımı: Kazakistan Uygulaması, Postgraduate, R.BEGEN(Student), 2010

ÖZER A., Uluslararası pazarlara girişte ortak girişimlerin başarısını etkileyen etkenler, Postgraduate, A.DAULBAYEVA(Student), 2009

ÖZER A., Türk bankacılık sektöründe müşteri ilişkileri yönetiminin müşteri payının artırılmasına etkisi, Postgraduate, K.VALİYEVA(Student), 2009

ÖZER A., Marka yerleştirmenin tüketicilerin hatırlama düzeyine etkisi, Postgraduate, H.ÖZGÜL(Student), 2009

ÖZER A., Türkiye'deki ve Avrupadaki futbol takımlarının web adreslerinin pazarlama açısından içerik analizi, Postgraduate, M.ALİ(Student), 2009

ÖZER A., Organik tüketicilerin kişisel değerler çerçevesinde sınıflandırılması, Postgraduate, D.ÇELİKKANAT(Student), 2008

ÖZER A., OPSİYONLAR VE OPSİYON STRATEJİLERİ, G.DERELİ(Student), 2008

ÖZER A., Finansal hizmet işletmelerinde marka değeri belirleyicilerinin çalışanlar özelinde değerlendirilmesi, Postgraduate, Ş.SABAH(Student), 2007

Jury Memberships

Appointment to Academic Staff - Associate Professorship, Appointment to Academic Staff - Associate Professorship, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, March, 2024

Appointment to Academic Staff - Associate Professorship, Appointment to Academic Staff - Associate Professorship,

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, March, 2024

Appointment to Academic Staff-Professorship, Appointment to Academic Staff-Professorship, Anadolu Üniversitesi, February, 2024

Appointment to Academic Staff - Associate Professorship, Appointment to Academic Staff - Associate Professorship, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, January, 2024

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **What does rejection look like? A photovoice study on emotions and coping regarding manuscript rejection**
Argan M., Dinç H., Argan M. T., ÖZER A.
Current Psychology, vol.43, no.17, pp.15983-16001, 2024 (SSCI)
- II. **Identification and emotional attachment in higher education: antecedents and consequences**
ÖZER M., ÖZER A., Kocak A.
JOURNAL OF MARKETING FOR HIGHER EDUCATION, vol.33, no.2, pp.264-288, 2023 (SSCI)
- III. **Does celebrity attachment influence brand attachment and brand loyalty in celebrity endorsement? A mixed methods study**
ÖZER M., ÖZER A., Ekinci Y., Kocak A.
PSYCHOLOGY & MARKETING, vol.39, no.12, pp.2384-2400, 2022 (SSCI)
- IV. **The delicate balance of social influences on consumption: A comprehensive model of consumer-centric fear of missing out**
Argan M., TOKAY ARGAN M., Aydinoglu N. Z., ÖZER A.
PERSONALITY AND INDIVIDUAL DIFFERENCES, vol.194, 2022 (SSCI)
- V. **Comparing the antecedents of boycotts and buycotts: mediating role of self-esteem on subjective well-being and the moderating effects of materialism**
ÖZER M., ÖZER A., Kocak A.
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, vol.38, no.17-18, pp.1873-1906, 2022 (SSCI)
- VI. **Locked Lives! A Netnographic Study on Virtual Community of Patients With Spinal Cord Paralysis in Turkey**
ARGAN M., TOKAY ARGAN M., ÖZER A.
INTERNATIONAL JOURNAL OF QUALITATIVE METHODS, vol.15, no.1, 2016 (SSCI)
- VII. **Determinants of market orientation in accounting firms**
ÖZER A., Koçak A., ÇELİK O.
Marketing Intelligence and Planning, vol.24, no.6, pp.591-607, 2006 (SCI-Expanded)

Articles Published in Other Journals

- I. **Markaya Bağlanmanın Öncülleri ve Yeniden Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Pozitif ve Negatif Bağlanma**
GENÇ E., Erdem Kurt A., ÖZER A.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.14, no.1, pp.143-188, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **VEJETARYEN OLMAK YA DA OLMAMAK: NETNOGRAFİK PERSPEKTİFTEN VEGAN-VEJETARYEN SANAL TOPLULUKLARI**
YETİM G., BURAN İ., ARGAN M., ÖZER A.
Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.23, no.3, pp.1193-1217, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **Gösterişçi Tüketimin Kökenleri: Benlik, Sosyal Statü ve Tüketici Materyalizmi**
TOPÇU U. C., EROĞLU U., ÖZER A.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.12, no.1, pp.151-185, 2020 (Peer-Reviewed Journal)

- IV. **Bireysel Müşterilerin Mobil Bankacılık Kullanım Niyetini Etkileyen Faktörler**
Paçan Özcan H., Sabah Çelik Ş., Özer A.
Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.9, no.2, pp.149-180, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **BENLİK UYUM TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE MARKAYABAĞLANMANIN ÖNCÜLLERİ VE BAĞLANMASADAKAT İLİŞKİSİ**
ÖZER M., ÖZER A.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, vol.5, no.2, pp.247-276, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Investigation of the effect of fashion involvement and innovativeness on internet use in clothing purchasing**
ÖZER A., DİNÇER Ö.
İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, vol.10, no.2, pp.41-62, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **"BATS ARE BLIND?" COGNITIVE BIASES IN RISK PERCEPTION OF ENTREPRENEURS**
DÖLARSLAN E. Ş., Kocak A., ÖZER A.
JOURNAL OF DEVELOPMENTAL ENTREPRENEURSHIP, vol.22, no.3, 2017 (ESCI)
- VIII. **Parasal Ve Parasal Olmayan Satış Tutundurmanın Marka Değerine Etkisi: Fayda-Uyum Teorisi Çerçevesinde Ürünün Faydacı-Hedonik Özelliği İle Uyum Ve Fırsat Yatkinlığı Değişkenlerinin Düzenleyici Rolü**
ÖZER M., ÖZER A.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, vol.2, no.2, pp.51-90, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **A Netnographic Study on Virtual Community of Patients with Spinal Cord Injury SCI in Turkey**
TOKAY ARGAN M., ARGAN M., ÖZER A.
Journal of Internet Applications Management, vol.7, no.1, pp.31-43, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **Parasal ve Parasal Olmayan Satış Tutundurmanın Marka Değerine Etkisi Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi**
ÖZER M., ÖZER A.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, vol.2, no.2, pp.51-90, 2016 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Hizmet Kalitesi Tatmin ve Gu venin Daha Fazla Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkileri**
DÖLARSLAN E. Ş., ÖZER A.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.14, no.1, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Gösteriş amaçlı ürünlerin satın alınmasında ülke orijini ve tüketici etnosentrizminin etkisi**
ÖZER A., DOVGANIUC O.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.6, no.11, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Markaya Yönelik Tutumun Sponsorluk Sonrası Marka İmajı Ve Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi**
ÖZER A.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.29, no.2, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **Avm Çevresinin Avm İmajı Üzerindeki Etkisi Müşteri Duyguları ve Algılanan Kalitenin Rolü Hazcı ve Faydacı Alış Veriş Değerleri Arasındaki Farklılıklar**
ÇİFCİ S., ÖZER A., KOÇAK F. A.
Marmara Üniversitesi SBE Öneri Dergisi, vol.9, no.36, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **İşletme Sınırlarının Girişimci Faaliyetle Yeniden Yapılandırılması: Yeni Pazar Oluşturma**
Sabah Ş., Özer A.
ANKARA UNIVERSİTESİ. SIYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ DERGİSİ, vol.66, no.2, pp.93-120, 2011 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **Consumer Brand Equity in a Cross-cultural Replication: An Evaluation of a Scale**
Koçak A., Abımbola T., Özer A.
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, vol.23, no.1-2, pp.157-173, 2007 (Peer-Reviewed Journal)
- XVII. **Şiddet İçermeyen Bir Eylem Olarak Dolaylı Tüketici Boykotlarının Oluşum Süreci ve Türkiye İçin Değerlendirme**
BALIKÇIOĞLU B., KOÇAK F. A., ÖZER A.
Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, vol.62, no.3, 2007 (Peer-Reviewed Journal)

- XVIII. **Türk Seyircilerin Formula 1 Turkey Grand Prix Sponsor Markalarını Hatırlamaya Yönelik Tutumları ve Marka Hatırlama Düzeyleri**
ARGAN M., SUHER H. K., ÖZER A.
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, vol.27, no.1, 2007 (Peer-Reviewed Journal)
- XIX. **Coopetition as a Small Business Strategy Implications for Performance**
MORRIS M., KOÇAK F. A., ÖZER A.
Journal of Small Business Strategy, vol.18, no.1, pp.35-55, 2007 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **Küresel Ürünler ve Markalar**
ÖZER A.
Yüksel Koç Yalkın'a Armağan, no.590, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **Licensed team merchandise buying behavior: A study on Turkish fans**
ÖZER A., Argan M.
Innovative Marketing, vol.2, no.4, pp.117-130, 2006 (Scopus)
- XXII. **Küçük İşletmelerde Ortaklaşa Rekabet**
ÖZER A.
Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, vol.5, no.15, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIII. **Elektronik Spor Türkiye deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları**
ARGAN M., ÖZER A., AKIN E.
Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi, vol.1, no.2, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIV. **Muhasebe Firmalarında Pazar Odaklılık ve İlişkisel Pazarlama**
ÖZER A.
Muhasebe ve Denetime Bakış, vol.5, no.17, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XXV. **Kaynak Temelli Yaklaşımda Pazarlama Kabiliyetinin Boyutları**
KOÇAK F. A., ÖZER A., GÜREL E.
Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.23, no.1, 2005 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVI. **Küçük İşletmeler Pazarlamasının Neresinde Pazar Odaklılık ve İlişkisel Pazarlama**
KOÇAK F. A., ÖZER A.
Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, vol.4, no.14, 2005 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVII. **Ürün Hattında Olumsuz Etkileşmenin Engellenmesine Yönelik Olarak Ürün Sunumunun Zamanlaması**
ÖZER A., KOÇAK F. A.
Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, vol.3, no.7, 2004 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVIII. **Pazarlama ile İlgili Kararlarda Faaliyet Tabanlı Maliyetlemenin Etkisi**
ÖZER A.
Muhasebe ve Denetime Bakış, vol.4, no.13, 2004 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **E-Mağaza Tasarımı,**
ÖZMEN M., SEVİM N., YILMAZ C., TURAN N., ÖZER A., AKAR E., ER İ., KAYABAŞI A.
in: E-Perakendecilik, Ersoy Arca, N.Figen, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.65-83, 2019
- II. **Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri (Bakım, Sağlık ve Temizlik Hizmetleri Sektörü)**
SAYILGAN G., ÖZER A., ÖZGÜL C. G., KAYA A.
T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları, 2018
- III. **Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi BAKIM, TEMİZLİK VE SAĞLIK SEKTÖRÜ**
SAYILGAN G., ÖZER A., ÖZGÜL C. G., KAYA A.
T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2018
- IV. **Bir Marka Stratejisi Ürün Hattının Genişletilmesi**
ÖZER A.
Siyasal Kitabevi, Ankara, 2016
- V. **The Participation of Soccer Spectators During Matches: A Research on Fenerbahçe's Fans in Turkey**

Suher H. K., Argan M., Özer A.

in: International Research on Sports Economics and Production Athens Institute for Education and Research, Gregory T. Papanikos, Editor, International Research on Sports Economics and Production, Athens Institute for Education and Research, Athens, pp.79-94, 2005

- VI. **The Participation of Soccer Spectators During Matches: A Research on Fenerbahçe's Fans in Turkey**
SUHER H. K., ARGAN M., ÖZER A.

in: International Research on Sports Economics and Production Athens Institute for Education and Research, Gregory T. Papanikos, Editor, International Research on Sports Economics and Production, Athens Institute for Education and Research, Atina, pp.79-94, 2005

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **SOSYAL MEDYA PLATFORMU TIKTOK'A YÖNELİK GÜVENİN ÖNCÜLLERİ VE SONUÇLARI**
DİNÇ H., BURAN İ., ARGAN M., ÖZER A., TOKAY ARGAN M.
4 th International Recreation and Sports Management Congress, Turkey, 17 - 20 May 2023
- II. **Bozkırın Tezenesinden Kültürel Mirasa Neşet Ertaş: Kültürel Özdeşleşmenin Kültürel Katılım Üzerindeki Etkisi**
DİNÇER Ö., BURAN İ., SABAH ÇELİK Ş., ÖZER M., ÖZER A.
26. Pazarlama Kongresi, Kırşehir, Turkey, 23 June 2022
- III. **Bozkırın Tezenesinden Kültürel Mirasa Neşet Ertaş: Kültürel Özdeşleşmenin Kültürel Katılım Üzerindeki Etkisi, Psikolojik Sahipliğin Düzenleyici Rolü**
DİNÇER Ö., BURAN İ., SABAH ÇELİK Ş., ÖZER M., ÖZER A.
26. PPAD PAZARLAMA KONGRESİ, Kırşehir, Turkey, 23 - 25 June 2022
- IV. **Markaya Bağlanmanın Karanlık Tarafı: Dürtüsel Satın Alma Yoluyla Negatif Kişisel İyi Oluşa Götüren Kritik Araçlar**
ÖZER M., BURAN İ., GENÇ E., ÖZER A.
26. Pazarlama Kongresi, Kırşehir, Turkey, 23 June 2022
- V. **Kıskançlık, Utanç, FoMO Ve TikTok Katılımı Arasındaki İlişkiler: Heyecan Ve ÜNÖnemli Mi?**
BURAN İ., ARGAN M., ÖZER A., TOKAY ARGAN M.
3. Uluslararası Rekreasyon ve Spor Yönetimi Kongresi, Antalya, Turkey, 16 May 2022
- VI. **Sosyal Medya Katılımı Kullanıcıları Mutlu Eder Mi: Sosyal Medya Fenomenlerinin Takipçileriyle Olan İlişkilerinde Benlik-Uyumu ve Para-Sosyal İlişkinin Rolü**
ÖZER M., ÖZER A., KOÇAK F. A.
25. Pazarlama Kongresi, Ankara, Turkey, 03 July 2021, vol.724, pp.581-598
- VII. **Nostaljinin Marka Mutluluğuna Etkisi: Marka Katılımı ve Benlik Kurgusunun Rolü**
GENÇ E., ÖZER A.
25. Pazarlama Kongresi, Ankara, Turkey, 30 June - 01 July 2021, vol.724, pp.781-802
- VIII. **IMPACT OF THE ENVIRONMENTAL VARIABLES ON ATTITUDES TOWARD SUSTAINABLE FASHION PRODUCTS THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT**
GENÇ E., DİNÇER Ö., ÖZER A.
European Marketing Academy, Annual EMAC Conference, 26 - 29 May 2020
- IX. **CREATING BRAND LOVE AND BRAND EQUITY THROUGH THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON BRAND ENGAGEMENT AND BRAND INTIMACY**
ÖZER A., BURAN İ., KOÇAK F. A., ÖZER M.
European Marketing Academy, 49th Annual Marketing Conference, 26 - 29 May 2020
- X. **A DIFFERENT PERSPECTIVE ON CELEBRITY ATTACHMENT WITH SELF-CONGRUENCE THEORY: INVESTIGATING THE CONSUMER-CELEBRITY-BRAND RELATIONSHIP WITH ITS POSITIVE AND NEGATIVE OUTCOMES**
ÖZER M., ÖZER A., KOÇAK F. A.
European Marketing Academy, 49th Annual Marketing Conference, 26 - 29 May 2020

- XI. **Creating Brand Love and Brand Equity Through the Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Engagement and Brand Intimacy**
ÖZER A., BURAN İ., KOÇAK F. A., ÖZER M.
Annual European Marketing Academy Conference, Budapest, Hungary, 26 May 2020
- XII. **KOLEKTİF BENLİK SAYGISININ GÖSTERİŞ AMAÇLI TÜKETİM VE MODA İLGİLENİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**
Dinçer Ö., ÖZER A.
5. ULUSLARARASI EKONOMİ YÖNETİMİ VE PAZAR ARAŞTIRMALARI KONGRESİ, Turkey, 26 - 27 September 2019
- XIII. **The Effect Of Brand Jealousy, Brand Love And Brand Image On Consumer Engagement**
BURAN İ., KOÇAK F. A., ÖZER A.
28th CIMAR 2019 International Conference, 17 - 20 June 2019
- XIV. **Comparing the Self-Related Motivations of Boycott and Buycott: The Moderator Effects of Anti Consumption and Materialism**
ÖZER M., ÖZER A., KOÇAK F. A.
28th CIMAR 2019 International Conference, 17 - 20 June 2019
- XV. **The Effect Of Brand Jealousy Brand Love And Brand Image On Consumer Engagement**
ÖZER A., BURAN İ., KOÇAK F. A.
28th CIMAR 2019 International Conference , 2019, United States Of America, 19 June 2019
- XVI. **Marka ile Özdeşleşme ve Duygusal Bağlanma: Bir Marka olarak Mekteb-i Mülkiye**
ÖZER M., ÖZER A., KOÇAK F. A.
24. Pazarlama Kongresi, Turkey, 1 - 04 May 2019
- XVII. **Bats are blind Cognitive Biases in Risk Perception of Entrepreneurs**
DÖLARSLAN E. Ş., KOÇAK F. A., ÖZER A.
IAMB, International Academy of Management and Business, 2016 the 21st Conference, 18 - 20 May 2016
- XVIII. **Sale and Competition Effect of Team Icons As Mascot and Nicknames Fan Based Study in Turkey**
ARGAN M., TOKAY ARGAN M., ÖZER A., DÖLARSLAN E. Ş.
International Academic Conference on Management, Economics and Marketing in Budapest 2016, 15 - 16 April 2016
- XIX. **Knowledge and Experiences in Virtual Health Community A Netnography Study**
ARGAN M., TOKAY ARGAN M., ÖZER A.
Twelfth International Conference on Technology, Knowledge & Society, 18 - 19 February 2016
- XX. **The Effect of Facebook User Involvement on Social Network Loyalty Mediating Role of Satisfaction**
ÖZER A., ARGAN M., TOKAY ARGAN M., DÖLARSLAN E. Ş.
International Academic Conference on Management, Economics and Marketing in Budapest 2016, Budapest, Hungary, 15 April - 16 February 2016
- XXI. **Locked Lives A Netnographic Study on Virtual Community of Patients with Spinal Cord Paralysis in Turkey**
TOKAY ARGAN M., ARGAN M., ÖZER A.
21st Qualitative Health Research Conference, 19 - 21 October 2015
- XXII. **Big Data in Public Health Context of Social Marketing A Case Study Regarding The Ebola Outbreak**
ARGAN M., ÖZER A., TOKAY ARGAN M.
The 3rd IBEA-International Conference on Business, Economics and Accounting, 15 - 17 April 2015
- XXIII. **A Study of Motivational Factors Associated With Peer to Peer P2P File Sharing**
TOKAY ARGAN M., ARGAN M., ÖZER A., KÖSE H.
9th International Strategic Management Conference, 9th International Strategic Management Conference Conference, 27 - 29 June 2013
- XXIV. **The effect of mobile service quality dimensions on customer satisfaction**
ÖZER A., TOKAY ARGAN M., ARGAN M.
9th International Strategic Management Conference Conference, 27 - 29 June 2013
- XXV. **Soccer Betting as a Tool of Team Marketing A Study on Turkish Bettors**
ARGAN M., ÖZER A., KÖSE H.

- 8th Annual Conference of the Sport Marketing Association, 26 - 29 October 2010
- XXVI. **Word of Mouth WOM in Health Care Marketing A Study on Dimensions of WOM towards Physicians**
TOKAY ARGAN M., ARGAN M., ÖZER A.
6th International Strategic Management Conference, 8 - 10 July 2010
- XXVII. **Does The Event Make Difference for Marketing Purposes Attitudes of Turkish Audiences Toward Formula One Sponsors**
SUHER H. K., ARGAN M., ÖZER A.
IABD's 20th Annual Meeting, 3 - 05 April 2008
- XXVIII. **Game Quality A Study on Turkish Game Players**
ÖZER A., ARGAN M., SUHER H. K., AKIN E., TOKAY ARGAN M.
Second International Symposium of New Technologies in Sports, 13 - 15 April 2007
- XXIX. **Game Players Attitudes Towards Product Placement in Computer Game A Case From Turkey**
ARGAN M., SUHER H. K., ÖZER A., AKIN E., TOKAY ARGAN M.
Second International Symposium of New Technologies in Sports, 13 - 15 April 2007
- XXX. **Developing and Validating a Coopetition Scale for Turkish Small Business**
KOÇAK F. A., ÖZER A., MORRIS M.
Proc. 2. Workshop on Coopetition Strategy, 14 - 15 September 2006
- XXXI. **Çin Tehdidine Yönelik Hazır Giyim Sektörünün Değerlendirilmesi**
ULAŞ D., ÖZER A., KOÇAK F. A.
10. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 16 - 19 November 2005
- XXXII. **Elektronik Spor Türkiye deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları**
ARGAN M., ÖZER A., AKIN E.
9.Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, Turkey, 03 November 2006 - 05 November 2005
- XXXIII. **Marka Değeri Belirleyicileri Bir Ölçek Değerlendirmesi**
KOÇAK F. A., ÖZER A.
9. Ulusal Pazarlama Kongresi, Turkey, 6 - 08 October 2004

Supported Projects

ÖZER A., SAYILGAN G., Project Supported by Other Official Institutions, Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Bakım, Temizlik ve Sağlık Sektörü Analizi Projesi, 2017 - Continues
Özer A., TUBITAK Project, Sanal asistan entegrasyonunun mobil hizmet kalitesi ve tutum üzerinden tüketici katılımı üzerindeki etkisi: Türkiye ve Birleşik Krallık arasında kültürlerarası bir karşılaştırma, 2022 - 2023

Activities in Scientific Journals

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, First Editor, 2019 - Continues

Scientific Refereeing

MANAGEMENT DECISION, National Scientific Refreed Journal, March 2024
STUDIES IN HIGHER EDUCATION, Journal Indexed in SSCI, March 2024

Metrics

Publication: 74
Citation (WoS): 157
Citation (Scopus): 56

H-Index (WoS): 6

H-Index (Scopus): 5