

Prof. Dr. ALPER ÖZER

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 312 595 1321](tel:+903125951321)

E-posta: ozero@politics.ankara.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: ZCUmAegAAAAJ

ORCID: 0000-0002-2886-7314

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

ScopusID: 57212958601

Yoksis Araştırmacı ID: 113009

Eğitim Bilgileri

Doktora, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 1997 - 2004

Yüksek Lisans, University of New Haven, Business School, Business Administration, Amerika Birleşik Devletleri 1994 - 1996

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1988 - 1992

Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

Yaptığı Tezler

Doktora, Yeni ürün stratejisi olarak ürün hattının genişletilmesi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004

Araştırma Alanları

Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Prof. Dr., Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2017 - Devam Ediyor

Doç. Dr., Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, 2011 - 2017

Akademik İdari Deneyim

Ankara Üniversitesi, 2013 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

Stratejik Pazarlama Yönetimi, Doktora, 2022 - 2023

Pazarlama Yönetimi, Yüksek Lisans, 2013 - 2014

Marketing, Lisans, 2013 - 2014, 2011 - 2012, 2010 - 2011

Marka Yönetimi, Yüksek Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011

Tüketici Davranışları, Yüksek Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011

Hizmet Pazarlaması, Yüksek Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013

Tüketici Davranışı , Doktora, 2013 - 2014, 2011 - 2012, 2010 - 2011

Pazarlama, Yüksek Lisans, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012

Stratejik Pazarlama Yönetimi, Doktora, 2012 - 2013

Pazarlama İlkeleri, Lisans, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010

Pazarlama Yönetimi, Lisans, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010

Yönetilen Tezler

Özer A., Ünlülere Bağlanmanın Benlik-Uyumu ve Markaya Bağlanma Üzerindeki Etkisi: Kültürlerarası Bir Karşılaştırma, Doktora, M.ÖZER(Öğrenci), 2022

Özer A., Markalı mobil uygulamalarda marka mutluluğu: Biliş-Duygu-Davranış modeli çerçevesinde öncüller ve sonuçlar, Doktora, A.ERDEM(Öğrenci), 2022

ÖZER A., Türkiye için 5g ve ötesi teknolojiler özelinde yüksek teknoloji üretimine ilişkin koordineli açık yenilik modeli önerisi, Doktora, G.ÇİÇEK(Öğrenci), 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, Yüksek Lisans, E.CİVELEK(Öğrenci), 2020

ÖZER A., Müşteri değerinin marka imajı ve marka bağlılığına etkisi:İlgilenimin düzenleyici rolü, Doktora, G.KARAKAYA(Öğrenci), 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, Yüksek Lisans, G.Tepe(Öğrenci), 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, Yüksek Lisans, E.CİVELEK(Öğrenci), 2020

ÖZER A., Fonksiyonel ve sembolik faydanın mobil hizmetlerin kullanım niyeti üzerindeki etkisi: Mobil hizmet kalitesi açısından bir inceleme, Yüksek Lisans, G.TEPE(Öğrenci), 2020

ÖZER A., Mobil pazarlamanın kabul edilmesini etkileyen etkenler: Tüketici yenilikçiliği ve kullanım amacının düzenleyici etkisi, Yüksek Lisans, T.YILDIZ(Öğrenci), 2020

ÖZER A., Tasarım odaklılığın belirleyicileri ve yeni ürün performansı üzerindeki etkisi: Girişimci odaklılığın düzenleyici rolü, Yüksek Lisans, B.ÖZCAN(Öğrenci), 2020

ÖZER A., Benlik Uyumu ve Fonksiyonel Uyumun Marka Mutluluğu ve Marka Nefreti Üzerindeki Etkisi, Doktora, A.ERDEM(Öğrenci), 2019

ÖZER A., Yaratacılık ve hayal gücü ile ortak yaratımın marka sadakatine etkisi, Yüksek Lisans, İ.HAKAN(Öğrenci), 2019

ÖZER A., İNTERNET ÜZERİNDEN ORGANİK GIDA SATIN ALIMI, Yüksek Lisans, G.ŞAHİN(Öğrenci), 2019

ÖZER A., Lüks Ürünlerde Satın Alma Eğilimini Belirleyen Etmenler, Yüksek Lisans, İ.ÇAKIN(Öğrenci), 2019

ÖZER A., Marka Havallığının Tüketici Davranışlarına Etkisi: Psikolojik Faktörlerin Rolü, Doktora, E.GENÇ(Öğrenci), 2019

ÖZER A., Aile şirketlerinin kurumsallaşma süreci, aile şirketlerinin kurumsallaşma unsurlarının performans üzerine etkisine dair bir araştırma, Yüksek Lisans, E.TURHANLI(Öğrenci), 2018

ÖZER A., TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR İNSAN KAYNAĞI OLARAK MESLEK LİSELERİ TABANLI MESLEK YÜKSEK OKULLARININ TÜRKİYE VE SEÇİLEN BAŞARILI ÖRNEK ÜLKELER KAPSAMINDA İNCELENMESİ, Yüksek Lisans, B.ÖZGÜR(Öğrenci), 2018

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

ÖZER A., Algılanan şehir imajı ve destinasyon kişilik özelliklerinin destinasyon seçimine etkisi, Yüksek Lisans, G.ALKAÇIR(Öğrenci), 2017

ÖZER A., Kolektif benlik saygısının gösteriş amaçlı tüketim üzerindeki etkisinin incelenmesi, Yüksek Lisans, Ö.ARIKAN(Öğrenci), 2017

ÖZER A., Tepkisel ve proaktif pazar odaklılığın yeni ürün başarısına etkileri, Yüksek Lisans, T.Ezgi(Öğrenci), 2017

ÖZER A., Fonksiyonel ve sembolik faydanın marka genişletmesine yönelik tüketici tutumları üzerindeki etkisi: İlgilenim ve yenilikçiliğin rolü, Doktora, O.DOVGANIUC(Öğrenci), 2017

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

ÖZER A., Müşteri ilişkileri yönetiminin algılanan kalite tatmin ve marka sadakatine etkisi, Yüksek Lisans, B.CEMİLE(Öğrenci), 2015

ÖZER A., Parasal ve parasal olmayan satış tutundurmanın marka değerine etkisi, Yüksek Lisans, M.ÖZER(Öğrenci), 2013

ÖZER A., Tersine lojistik süreci ve işletmelerde uygulanması üzerine bir çalışma, Yüksek Lisans, E.AYHAN(Öğrenci), 2012

ÖZER A., Gösteriş amaçlı ürünlerin satın alınmasında ülke orijini etkisi, Yüksek Lisans, O.DOVGANIUC(Öğrenci), 2012

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

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

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

ÖZER A., Pazar oluşturmada işletme sınırlarının etkileri, Doktora, Ş.SABAH(Öğrenci), 2011

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

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

ÖZER A., İlişki pazarlaması uygulamalarının müşteri sadakati yaratmadaki rolü, Yüksek Lisans, E.YAĞAN(Öğrenci), 2010

ÖZER A., KOBİ'lerin Pazarlama Faaliyetlerinde İnternet Kullanımı: Kazakistan Uygulaması, Yüksek Lisans, R.BEGEN(Öğrenci), 2010

ÖZER A., Uluslararası pazarlara girişte ortak girişimlerin başarısını etkileyen etkenler, Yüksek Lisans, A.DAULBAYEVA(Öğrenci), 2009

ÖZER A., Türk bankacılık sektöründe müşteri ilişkileri yönetiminin müşteri payının artırılmasına etkisi, Yüksek Lisans, K.VALİYEVA(Öğrenci), 2009

ÖZER A., Marka yerleştirmenin tüketicilerin hatırlama düzeyine etkisi, Yüksek Lisans, H.ÖZGÜL(Öğrenci), 2009

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

ÖZER A., Organik tüketicilerin kişisel değerler çerçevesinde sınıflandırılması, Yüksek Lisans, D.ÇELİKKANAT(Öğrenci), 2008

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

ÖZER A., Finansal hizmet işletmelerinde marka değeri belirleyicilerinin çalışanlar özelinde değerlendirilmesi, Yüksek Lisans, Ş.SABAH(Öğrenci), 2007

Jüri Üyelikleri

Akademik Kadroya Atama-Doçentlik, Akademik Kadroya Atama-Doçentlik, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Mart, 2024

Akademik Kadroya Atama-Doçentlik, Akademik Kadroya Atama-Doçentlik, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Mart, 2024

Akademik Kadroya Atama-Profesörlük, Akademik Kadroya Atama-Profesörlük, Anadolu Üniversitesi, Şubat, 2024

Akademik Kadroya Atama-Doçentlik, Akademik Kadroya Atama-Doçentlik, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ocak, 2024

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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, cilt.43, sa.17, ss.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, cilt.33, sa.2, ss.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, cilt.39, sa.12, ss.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, cilt.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, cilt.38, sa.17-18, ss.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, cilt.15, sa.1, 2016 (SSCI)
- VII. **Determinants of market orientation in accounting firms**
ÖZER A., Koçak A., ÇELİK O.
Marketing Intelligence and Planning, cilt.24, sa.6, ss.591-607, 2006 (SCI-Expanded)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- 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, cilt.14, sa.1, ss.143-188, 2022 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.23, sa.3, ss.1193-1217, 2021 (Hakemli Dergi)
- III. **Gösterişçi Tüketimin Kökenleri: Benlik, Sosyal Statü ve Tüketici Materyalizmi**
TOPÇU U. C., EROĞLU U., ÖZER A.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.12, sa.1, ss.151-185, 2020 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.9, sa.2, ss.149-180, 2019 (Hakemli Dergi)
- V. **BENLİK UYUM TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE MARKAYABAĞLANMANIN ÖNCÜLLERİ VE BAĞLANMASADAKAT İLİŞKİSİ**
ÖZER M., ÖZER A.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, cilt.5, sa.2, ss.247-276, 2019 (Hakemli Dergi)

- 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, cilt.10, sa.2, ss.41-62, 2019 (Hakemli Dergi)
- VII. **"BATS ARE BLIND?" COGNITIVE BIASES IN RISK PERCEPTION OF ENTREPRENEURS**
DÖLARSLAN E. Ş., Kocak A., ÖZER A.
JOURNAL OF DEVELOPMENTAL ENTREPRENEURSHIP, cilt.22, sa.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, cilt.2, sa.2, ss.51-90, 2016 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.7, sa.1, ss.31-43, 2016 (Hakemli Dergi)
- X. **Parasal ve Parasal Olmayan Satış Tutundurmanın Marka Değerine Etkisi Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi**
ÖZER M., ÖZER A.
Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, cilt.2, sa.2, ss.51-90, 2016 (Hakemli Dergi)
- XI. **Hizmet Kalitesi Tatmin ve Gu venin Daha Fazla Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkileri**
DÖLARSLAN E. Ş., ÖZER A.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.14, sa.1, 2014 (Hakemli Dergi)
- XII. **Gösteriş amaçlı ürünlerin satın alınmasında ülke orijini ve tüketici etnosentrizminin etkisi**
ÖZER A., DOVGANIUC O.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.6, sa.11, 2013 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Markaya Yönelik Tutumun Sponsorluk Sonrası Marka İmajı Ve Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi**
ÖZER A.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.29, sa.2, 2011 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.9, sa.36, 2011 (Hakemli Dergi)
- XV. **İşletme Sınırlarının Girişimci Faaliyetle Yeniden Yapılandırılması: Yeni Pazar Oluşturma**
Sabah Ş., Özer A.
ANKARA UNIVERSİTESİ. SIYASAL BİLGİLER FAKULTESİ DERGISİ, cilt.66, sa.2, ss.93-120, 2011 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Consumer Brand Equity in a Cross-cultural Replication: An Evaluation of a Scale**
Koçak A., Abımbola T., Özer A.
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, cilt.23, sa.1-2, ss.157-173, 2007 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.62, sa.3, 2007 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.27, sa.1, 2007 (Hakemli Dergi)
- XIX. **Coopetition as a Small Business Strategy Implications for Performance**
MORRIS M., KOÇAK F. A., ÖZER A.
Journal of Small Business Strategy, cilt.18, sa.1, ss.35-55, 2007 (Hakemli Dergi)
- XX. **Küresel Ürünler ve Markalar**
ÖZER A.

- Yüksel Koç Yalçın'a Armağan, sa.590, 2006 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Licensed team merchandise buying behavior: A study on Turkish fans**
ÖZER A., Argan M.
Innovative Marketing, cilt.2, sa.4, ss.117-130, 2006 (Scopus)
- XXII. **Küçük İşletmelerde Ortaklaşa Rekabet**
ÖZER A.
Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, cilt.5, sa.15, 2006 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **Elektronik Spor Türkiye deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları**
ARGAN M., ÖZER A., AKIN E.
Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi, cilt.1, sa.2, 2006 (Hakemli Dergi)
- XXIV. **Muhasebe Firmalarında Pazar Odaklılık ve İlişkisel Pazarlama**
ÖZER A.
Muhasebe ve Denetime Bakış, cilt.5, sa.17, 2006 (Hakemli Dergi)
- XXV. **Kaynak Temelli Yaklaşımda Pazarlama Kabiliyetinin Boyutları**
KOÇAK F. A., ÖZER A., GÜREL E.
Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.23, sa.1, 2005 (Hakemli Dergi)
- XXVI. **Küçük İşletmeler Pazarlamasının Neresinde Pazar Odaklılık ve İlişkisel Pazarlama**
KOÇAK F. A., ÖZER A.
Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, cilt.4, sa.14, 2005 (Hakemli Dergi)
- XXVII. **Ürün Hattında Olumsuz Etkileşmenin Engellenmesine Yönelik Olarak Ürün Sunumunun Zamanlaması**
ÖZER A., KOÇAK F. A.
Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, cilt.3, sa.7, 2004 (Hakemli Dergi)
- XXVIII. **Pazarlama ile İlgili Kararlarda Faaliyet Tabanlı Maliyetlemenin Etkisi**
ÖZER A.
Muhasebe ve Denetime Bakış, cilt.4, sa.13, 2004 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **E-Mağaza Tasarımı,**
ÖZMEN M., SEVİM N., YILMAZ C., TURAN N., ÖZER A., AKAR E., ER İ., KAYABAŞI A.
E-Perakendecilik, Ersoy Arca, N.Figen, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.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.
International Research on Sports Economics and Production Athens Institute for Education and Research, Gregory T. Papanikos, Editör, International Research on Sports Economics and Production, Athens Institute for Education and Research, Athens, ss.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.
International Research on Sports Economics and Production Athens Institute for Education and Research, Gregory T. Papanikos, Editör, International Research on Sports Economics and Production, Athens Institute for Education and Research, Atina, ss.79-94, 2005

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- 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, Türkiye, 17 - 20 Mayıs 2023
- II. **Bozkırın Tezenesinden Kültürel Mirasa Neşet Ertas: Kültürel Özdeşleşmenin Kültürel Katılım Üzerindeki Etkisi**
DİNÇER Ö., BURAN İ., SABAH ÇELİK Ş., ÖZER M., ÖZER A.
26. Pazarlama Kongresi, Kırşehir, Türkiye, 23 Haziran 2022
- III. **Bozkırın Tezenesinden Kültürel Mirasa Neşet Ertas: Kültürel Özdeşleşmenin Kültürel Katılım Üzerindeki Etkisi, Psikolojik Sahipliğin Düzenleyici Rolü**
Dinçer Ö., BURAN İ., SABAH ÇELİK Ş., ÖZER M., ÖZER A.
26. PPAD PAZARLAMA KONGRESİ, Kırşehir, Türkiye, 23 - 25 Haziran 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, Türkiye, 23 Haziran 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, Türkiye, 16 Mayıs 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, Türkiye, 03 Temmuz 2021, cilt.724, ss.581-598
- VII. **Nostaljinin Marka Mutluluğuna Etkisi: Marka Katılımı ve Benlik Kurgusunun Rolü**
GENÇ E., ÖZER A.
25. Pazarlama Kongresi, Ankara, Türkiye, 30 Haziran - 01 Temmuz 2021, cilt.724, ss.781-802
- VIII. **IMPACT OF THEENVIRONMENTAL VARIABLES ON ATTITUDES TOWARD SUSTAINABLEFASHION PRODUCTS THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT**
GENÇ E., Dinçer Ö., ÖZER A.
European Marketing Academy, Annual EMAC Conference, 26 - 29 Mayıs 2020
- IX. **CREATING BRAND LOVE AND BRAND EQUITY THROUGH THEEFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ONBRAND ENGAGEMENT AND BRAND INTIMACY**
ÖZER A., BURAN İ., KOÇAK F. A., ÖZER M.
European Marketing Academy, 49th Annual Marketing Conference, 26 - 29 Mayıs 2020
- X. **A DIFFERENT PERSPECTIVE ON CELEBRITY ATTACHMENTWITH SELF-CONGRUENCE THEORY: INVESTIGATING THECONSUMER-CELEBRITY-BRAND RELATIONSHIP WITH ITSPOSITIVE AND NEGATIVE OUTCOMES**
ÖZER M., ÖZER A., KOÇAK F. A.
European Marketing Academy, 49th Annual Marketing Conference, 26 - 29 Mayıs 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, Macaristan, 26 Mayıs 2020
- XII. **KOLEKTİF BENLİK SAYGISININ GÖSTERİŞ AMAÇLI TÜKETİM VE MODA İLGİLENİMİÜZERİNDEKİ ETKİSİ**
Dinçer Ö., ÖZER A.
5. ULUSLARARASI EKONOMİ YÖNETİMİ VE PAZAR ARAŞTIRMALARI KONGRESİ, Türkiye, 26 - 27 Eylül 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 Haziran 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 Haziran 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, Amerika Birleşik Devletleri, 19 Haziran 2019
- XVI. **Marka ile Özdeşleşme ve Duygusal Bağlanma: Bir Marka olarak Mekteb-i Mülkiye**
ÖZER M., ÖZER A., KOÇAK F. A.
24. Pazarlama Kongresi, Türkiye, 1 - 04 Mayıs 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 Mayıs 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 Nisan 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 Şubat 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, Macaristan, 15 Nisan - 16 Şubat 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 Ekim 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 Nisan 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 Haziran 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 Haziran 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 Ekim 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 Temmuz 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 Nisan 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 Nisan 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 Nisan 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 Eylül 2006
- XXXI. **Çin Tehdidine Yönelik Hazır Giyim Sektörünün Değerlendirilmesi**
ULAŞ D., ÖZER A., KOÇAK F. A.
10. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 16 - 19 Kasım 2005
- XXXII. **Elektronik Spor Türkiye deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları**
ARGAN M., ÖZER A., AKIN E.
9.Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, Türkiye, 03 Kasım 2006 - 05 Kasım 2006
- XXXIII. **Marka Değeri Belirleyicileri Bir Ölçek Değerlendirmesi**
KOÇAK F. A., ÖZER A.
9. Ulusal Pazarlama Kongresi, Türkiye, 6 - 08 Ekim 2004

Desteklenen Projeler

ÖZER A., SAYILGAN G., Diğer Resmi Kurumlarca Desteklenen Proje, Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Bakım, Temizlik ve Sağlık Sektörü Analizi Projesi, 2017 - Devam Ediyor
Özer A., TÜBİTAK Projesi, Sanal asistan entegrasyonunun mobil hizmet kalitesi ve tutum üzerinden tüketici katılımı üzerindeki etkisi: Türkiye ve Birleşik Krallık arasında kültürlerarası bir karşılaştırma, 2022 - 2023

Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Baş Editör, 2019 - Devam Ediyor

Bilimsel Hakemlikler

MANAGEMENT DECISION, Hakemli Bilimsel Dergi, Mart 2024
STUDIES IN HIGHER EDUCATION, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mart 2024

Metrikler

Yayın: 74
Atıf (WoS): 157
Atıf (Scopus): 56
H-İndeks (WoS): 6
H-İndeks (Scopus): 5