

MD MEHMET ÖZER

Personal Information

Office Phone: [+90 312 595 1200](tel:+903125951200)

Fax Phone: [+90 312 595 1200](tel:+903125951200)

Email: mhmtozer@ankara.edu.tr

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

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0002-5777-3165

Yoksis Researcher ID: 60772

Education Information

Doctorate, Ankara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 2013 - Continues

Postgraduate, Ankara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Turkey 2011 - 2013

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Postgraduate, Parasal ve parasal olmayan satış tutundurmanın marka değerine etkisi, Ankara University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2013

Academic Titles / Tasks

Research Assistant, Ankara University, Siyasal Bilgiler Fakültesi, 2011 - Continues

Research Assistant, Mardin Artuklu University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, Department Of Business, 2010 - Continues

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **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)
- II. **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)
- III. **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.

Articles Published in Other Journals

- I. **Brand Love with Its Antecedents and Consequences: A Research Specific to Mekteb-i Mülkiye**
Özer M.
Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, vol.78, no.1, pp.1-27, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **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)
- III. **İŞLETMELERİN AR-GE VE PAZARLAMA HARCAMALARININ PAY DEĞERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**
ÖZER M., GÜLENÇER İ.
Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.10, no.19, pp.52-73, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **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)
- V. **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)

Papers Published in Refereed Scientific Meetings

- I. **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
- II. **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 May 2020
- III. **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 May 2020
- IV. **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
- V. **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

Metrics

Publication: 13

Citation (WoS): 31

Citation (Scopus): 48

H-Index (WoS): 3

H-Index (Scopus): 3