



Kişisel Bilgiler

E-posta: serhat.ozer@agu.edu.tr

Web: <https://avesis.agu.edu.tr/serhat.ozer>

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

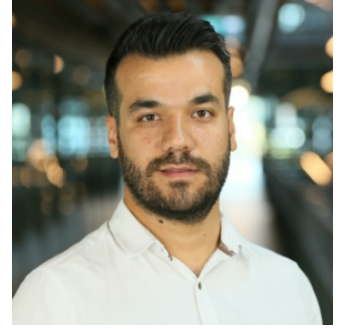
ScholarID: DRtykdcAAAAJ

ORCID: 0000-0001-7626-6487

Publons / Web Of Science ResearcherID: ABG-8890-2022

ScopusID: 57205127227

Yoksis Araştırmacı ID: 280025



Eğitim Bilgileri

Doktora, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye 2016 - 2023

Yüksek Lisans, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama, Türkiye 2014 - 2016

Lisans, Pamukkale Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye 2009 - 2014

Yaptığı Tezler

Doktora, Ortak yaratım davranışının tüketici tatmini üzerindeki etkisinde marka deneyiminin aracı rolü, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2023

Yüksek Lisans, Bir gerilla pazarlama uygulaması olarak ambient reklamcılık: Geleneksel ve ambient reklamın etkililik açısından karşılaştırılması, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 2016

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Araştırma Görevlisi Dr., Abdullah Gül Üniversitesi, Sürdürülebilirlik Koordinatörlüğü, 2024 - Devam Ediyor

Araştırma Görevlisi, Abdullah Gül Üniversitesi, Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme, 2018 - Devam Ediyor

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- Identification of the drivers of and barriers to COVID-19 vaccine intake behavior using a mixed-method design: implications from a developing country**
Kordestani A., Oghazi P., Izmir O., Oypan O., Özer S.
JOURNAL OF INNOVATION & KNOWLEDGE, cilt.8, ss.1-11, 2023 (SSCI)

- II. **Extending the technology acceptance model to explain how perceived augmented reality affects consumers' perceptions**
Oyman M., Bal D., Özer S.
COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR, cilt.128, ss.1-12, 2022 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **The impact of perceived social media interactivity on brand trust. The mediating role of perceived social media agility and the moderating role of brand value**
Bozkurt S., Gligor D., Ozer S., Sarp S., Srivastava R.
Journal of Marketing Analytics , cilt.12, ss.523-536, 2024 (ESCI)
- II. **The surprise effect of ambient ad on the path leading to purchase: Testing the role of attitude toward the brand**
Özer S., Oyman M., Uğurhan Y. Z. C.
JOURNAL OF MARKETING COMMUNICATIONS, cilt.26, sa.6, ss.615-635, 2020 (Scopus)
- III. **Bir gerilla pazarlama uygulaması olarak ambient reklamcılık (ortam reklamcılığı): Basılı dergi reklamı ile ambient reklamın etkililik açısından karşılaştırılması**
Oyman M., Özer S.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.18, ss.173-192, 2018 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Dijital çağın meta-tüketicilerini anlamaya yönelik kavramsal bir değerlendirme**
Özer S., Çolak A.
Dijitalleşme bağlamında birey, toplum ve iletişim, Yusuf Zafer Can Uğurhan, Editör, Eğitim Kitabevi, Konya, ss.7-29, 2022
- II. **Pandemi döneminde reklam, medya ve tüketici**
Oyman M., Özer S.
Pandemi döneminde değişen tüketici davranışlarının anlaşılması üzerine kavramsal bir değerlendirme, Ergüven M. Sinan, Yıldız Serdar, Editör, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.1-25, 2021
- III. **Pandemi döneminde reklam, medya ve tüketici**
Oyman M., Özer S.
Pandemi döneminde değişen tüketici davranışları ve yeni normalde trendler, Ergüven M. Sinan, Yıldız Serdar, Editör, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.51-72, 2021
- IV. **Pandemi döneminde yeni medya ve yeni medyanın değişen tüketici davranışları üzerindeki olası etkileri**
Cihan Aydoğdu C., Özer S.
Dijital dünyada pandemi: Araştırma ve tartışmalar, Ünal Çolak Figen, Yıldırım Ozan, Editör, Literatürk Academia, Konya, ss.203-235, 2021

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Ambalaj Tasarımında Antropomorfik Uygulamaların Rolü Üzerine Deneysel Bir Araştırma**
Özer S., Uğurhan Y. Z. C.
PPAD Pazarlama Kongresi 2019 (MMRA Marketing Congress 2019), Aydın, Türkiye, 1 - 04 Mayıs 2019, ss.337-345

Bilimsel Hakemlikler

JOURNAL OF MARKETING COMMUNICATIONS, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Aralık 2024

JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOR AN INTERNATIONAL RESEARCH REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Kasım 2024

JOURNAL OF MARKETING COMMUNICATIONS, Diğer İndekslerce Taranan Dergi, Eylül 2024

JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR AN INTERNATIONAL RESEARCH REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Ağustos 2024

JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR AN INTERNATIONAL RESEARCH REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mayıs 2024

Digital Business and Optimizing Operating Strategies, Tanınmış Yayınevleri tarafından basılan bilimsel/mesleki kitapta bölüm, Eylül 2023

JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR AN INTERNATIONAL RESEARCH REVIEW , SSCI Kapsamındaki Dergi, Şubat 2023

JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR AN INTERNATIONAL RESEARCH REVIEW, SSCI Kapsamındaki Dergi, Aralık 2022

INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMAN-COMPUTER INTERACTION, SSCI Kapsamındaki Dergi, Mayıs 2022