



## Personal Information

**Email:** serhat.ozer@agu.edu.tr

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

## International Researcher IDs

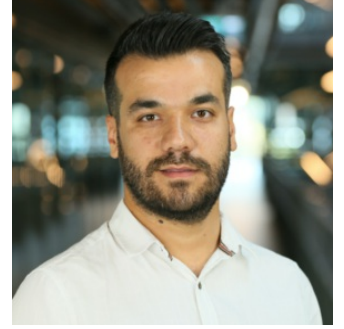
ScholarID: DRtykdcAAAAJ

ORCID: 0000-0001-7626-6487

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

ScopusID: 57205127227

Yoksis Researcher ID: 280025



## Education Information

Doctorate, Anadolu University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turkey 2016 - 2023

Postgraduate, Anadolu University, Institute Of Social Sciences, Pazarlama, Turkey 2014 - 2016

Undergraduate, Pamukkale University, Faculty Of Economics And Administrative Sciences, İşletme, Turkey 2009 - 2014

## Dissertations

Doctorate, The mediating role of brand experience in the effect of value co-creation behavior on consumer satisfaction, Anadolu University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2023

Postgraduate, Ambient advertising as a guerrilla marketing implementation: The comparison of traditional and ambient advertising in terms of effectiveness, Anadolu Üniversitesi, Institute Of Social Sciences, Department Of Business Administration, 2016

## Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

## Academic Titles / Tasks

Research Assistant PhD, Abdullah Gul University, Sürdürülebilirlik Koordinatörlüğü, 2024 - Continues

Research Assistant, Abdullah Gul University, Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme, 2018 - Continues

## Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- 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, vol.8, pp.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, vol.128, pp.1-12, 2022 (SSCI)

## Articles Published in Other Journals

- 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 , vol.1, no.1, pp.1-14, 2023 (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, vol.26, no.6, pp.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, vol.18, pp.173-192, 2018 (Peer-Reviewed Journal)

## Books & Book Chapters

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

## Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- 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, Turkey, 1 - 04 May 2019, pp.337-345

## **Scientific Refereeing**

JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR AN INTERNATIONAL RESEARCH REVIEW, Journal Indexed in SSCI, May 2024  
Digital Business and Optimizing Operating Strategies, Chapter Scientific / Professional Book Published by Renowned  
Publishing Houses, September 2023

JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR AN INTERNATIONAL RESEARCH REVIEW , Journal Indexed in SSCI, February  
2023

JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR AN INTERNATIONAL RESEARCH REVIEW, Journal Indexed in SSCI, December  
2022

INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMAN-COMPUTER INTERACTION, Journal Indexed in SSCI, May 2022