

Prof. Dr. LEYLA ÖZER

Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 312 297 8700](tel:+903122978700)

E-posta: leyla@hacettepe.edu.tr

Web: <https://avesis.hacettepe.edu.tr/leyla>

Eğitim Bilgileri

Doktora, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme A.B.D., Türkiye 1989 - 1998

Yüksek Lisans, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme A.B.D., Türkiye 1985 - 1988

Lisans, Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1980 - 1985

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme

Verdiği Dersler

HİZMET PAZARLAMASI, Yüksek Lisans, 2023 - 2024

HİZMET PAZARLAMASI, Doktora, 2023 - 2024

PAZARLAMA STRATEJİLERİ, Yüksek Lisans, 2023 - 2024

PAZARLAMA STRATEJİLERİ YÖNETİMİ, Doktora, 2023 - 2024

HİZMET PAZARLAMASI, Yüksek Lisans, 2023 - 2024

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Doktora, 2023 - 2024

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Yüksek Lisans, 2023 - 2024

PAZARLAMA İLKELERİ, Yüksek Lisans, 2023 - 2024

SEMİNER, Yüksek Lisans, 2023 - 2024

PAZARLAMA STRATEJİLERİ, Yüksek Lisans, 2023 - 2024

Yönetilen Tezler

Özer L., Vegan Ürünlere Yönelik Tutumun Tüketici Duyarlılığı İle Müşteri Tepkileri Arasındaki Aracılık Rolü, Yüksek Lisans, A.KOÇAKOĞLU(Öğrenci), 2023

Özer L., Sosyal medya pazarlama faaliyetlerine yönelik algıların marka denkliliğine etkisinde marka güveninin düzenleyicilik rolü, Yüksek Lisans, M.ÇAKIR(Öğrenci), 2023

Özer L., E-ticaret sitelerinin tüketici yorumlarında manipülasyon olup olmadığının benford analizi ile yorumlanması, Doktora, A.MİTHAT(Öğrenci), 2023

Özer L., Turizm sektöründe müşterinin olumsuz davranışını etkileyen faktörler: 4, 5 yıldızlı otellerde bir araştırma, Yüksek Lisans, A.ÖZGE(Öğrenci), 2022

Özer L., Sosyal medyadan bilgi edinmenin, rekabet istihbaratı sürecine etkisinde özümleme kapasitesinin rolü: Teknokent işletmelerinde bir uygulama, Yüksek Lisans, H.MİRAC(Öğrenci), 2022

Özer L., Marka nefreti ile davranışsal sonuçları arasındaki ilişkide marka bağlanmasının rolü, Doktora, E.TUĞBA(Öğrenci), 2021

Özer L., Algılanan marka küreselliğinin algılanan kalite ve marka prestiji üzerine etkisi: Tüketicilerin küresel markalara karşı tutumları üzerine bir çalışma, Yüksek Lisans, D.YILDIZ(Öğrenci), 2019

Özer L., Çevrimiçi anlık alışverişi etkileyen içsel ve dışsal faktörler; Türkiye ve Güney Kore örneği, Yüksek Lisans, W.PARK(Öğrenci), 2019

Özer L., MARKA DENEYİMİ, ALGILANAN RİSK VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA, Yüksek Lisans, A.ŞEYMA(Öğrenci), 2019

Özer L., Havayolu sektöründe marka kişiliği ve marka denkliği arasındaki ilişkiye yönelik bir uygulama, Yüksek Lisans, H.HANDE(Öğrenci), 2019

Özer L., Marka portföy stratejilerine yönelik marka bileşenleri: Çatı marka ve çeşitlendirilmiş marka üzerine bir uygulama, Doktora, S.EMRE(Öğrenci), 2018

ÖZER L., Planlanmış Davranış Teorisinin Çevrimiçi Bilgi Arama Niyeti ve Satın Alma Tarzının Eklenerek Genişletilmesi: Çevrimiçi Satın Alma Niyeti Üzerine Bir Uygulama, Doktora, V.HAMİDLİ(Öğrenci), 2018

ÖZER L., Rekabet İstihbaratının Uluslararası Pazar Seçimindeki Rolü, Doktora, M.AKİF(Öğrenci), 2017

ÖZER L., Tüketicilerin uluslararası marka birlikteliklerine yönelik tutumlarını etkileyen faktörler: Ankara ilinde bir uygulama, Yüksek Lisans, G.EROL(Öğrenci), 2016

ÖZER L., Tüketici odaklı marka sermayesi kapsamında spor liglerinde marka bilgisi, marka tepkileri ve marka yankısı arasındaki ilişkilerin incelenmesi, Doktora, K.YAĞIZ(Öğrenci), 2015

Özer L., Algılanan risk ve algılanan değer arasındaki ilişkilerin otel müşterileri üzerinde incelenmesi, Yüksek Lisans, T.ŞEN(Öğrenci), 2014

Özer L., Web site kalitesi ile elektronik kulaktan kulağa iletişim tutumu ve marka tutumu arasındaki ilişkide elektronik kulaktan kulağa iletişim kalitesi ve kredibilitesinin etkisi, Yüksek Lisans, S.EMRE(Öğrenci), 2014

ÖZER L., Genişletilmiş planlanmış davranış teorisi modeli kapsamında otel müşterilerinin yeşil yıldızlı otelleri tekrar ziyaret etme niyetlerinin incelenmesi, Yüksek Lisans, Ü.KEMENT(Öğrenci), 2013

ÖZER L., Destinasyon markalama ve yavaş şehir Seferihisar'ın destinasyon marka imajı, Yüksek Lisans, A.ÇERÇİ(Öğrenci), 2013

ÖZER L., Web tabanlı hizmet kalitesi, Yüksek Lisans, D.KUŞ(Öğrenci), 2011

ÖZER L., Faydacı-hedonik güdüler, göz atma ve marka bilinirliğinin anlık alışverişe etkisine ilişkin bir model önerisi, Doktora, B.GÜLTEKİN(Öğrenci), 2010

ÖZER L., Teknoloji kabul modelinin teknolojik yatkınlık ve marka kredibilitesi değişkenleri eklenerek genişletilmesi: Satın alma eğilimine uyarlanması, Doktora, P.BAŞGÖZE(Öğrenci), 2010

ÖZER L., Tüketicilerin dokunma ihtiyacı düzeyinin algılanan kalite, tutum ve satın alma niyetindeki farklılaşmaya etkisi, Yüksek Lisans, M.SARIIŞIK(Öğrenci), 2010

Özer L., Yaşam biçimlerinin finansal risk toleransına olan etkileri üzerine bir uygulama, Yüksek Lisans, G.CEYHAN(Öğrenci), 2008

ÖZER L., İnternette alışverişlerde algılanan risk üzerine bir uygulama, Yüksek Lisans, C.EREL(Öğrenci), 2008

ÖZER L., Türkçe ve yabancı dilde marka isimlerinin algılanan kaliteye etkileri üzerine bir uygulama, Yüksek Lisans, S.AYDIN(Öğrenci), 2007

ÖZER L., Hizmet hatasının telafisi ve müşteri tatmini üzerindeki etkileri: Klkt'deki dört ve beş yıldızlı otel ve tatil köylerinde yapılan bir uygulama, Yüksek Lisans, A.TÜRKOĞLU(Öğrenci), 2007

ÖZER L., Ürün demeti fiyatlandırmasının tüketici satın alma niyetine etkisini ölçmeye yönelik bir uygulama, Yüksek Lisans, V.HAMİDLİ(Öğrenci), 2006

Özer L., İleri teknoloji kullanan işletmelerde pazarlama AR-GE bütünleşmesi ve bütünleşme üzerinde etkili olan etmenlerin incelenmesine yönelik bir araştırma, Yüksek Lisans, E.İYİGÜN(Öğrenci), 2006

Özer L., Hizmet sektöründe kulaktan kulağa iletişimin etkileri: Ankara'da beş yıldızlı otellerde bir uygulama, Yüksek Lisans, P.ANTEPLİOĞLU(Öğrenci), 2005

Özer L., Algılanan risk ile bilgi arayışı arasındaki ilişki: Uçak bileti satın alan tüketicilere yönelik bir uygulama, Yüksek Lisans, S.GÜLPINAR(Öğrenci), 2004

Özer L., İşgören tatmini ile müşteri tatmini arasındaki ilişki ve bu ilişkiyi etkileyen faktörler: 5 yıldızlı otellerde bir uygulama, Yüksek Lisans, A.ÇAĞATAY(Öğrenci), 2004

Özer L., Elektronik ticaretin, firmaların uluslararası pazarlama faaliyetlerinde (uluslararası piyasalara açılma, yurtdışı satışlar vd) sağladığı avantajlar, Yüksek Lisans, A.TASHTANKULOV(Öğrenci), 2003

Özer L., İlişki pazarlaması çerçevesindeki küçük ve orta boy işletmeler arasındaki işbirliği, Yüksek Lisans, N.DENİZ(Öğrenci), 2003

Özer L., Profesyonel turist rehberliği ve profesyonel turist rehberlerinin seyahat acentası ve müşteri ilişkileri (Kapadokya örneği), Yüksek Lisans, A.TANGÜLER(Öğrenci), 2002

Özer L., İnsan kaynakları etkinliği açısından işgörenlere yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerine KKTC konaklama işletmeleri yöneticilerinin bakış açısı, Yüksek Lisans, F.ÇAĞLA(Öğrenci), 2001

SCI, SSCI ve AHCI İndekslerine Giren Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Examining the relationships between brand knowledge, brand responses and brand resonance in sports leagues within the scope of consumer-based brand equity**
Yagiz K., ÖZER L.
EUROPEAN SPORT MANAGEMENT QUARTERLY, cilt.23, sa.5, ss.1567-1586, 2023 (SSCI)
- II. **The logistics service providers during the COVID-19 pandemic: The prominence and the cause-effect structure of uncertainties and risks**
GÜLTEKİN B., Demir S., Gunduz M. A., CURA F., ÖZER L.
COMPUTERS & INDUSTRIAL ENGINEERING, cilt.165, 2022 (SCI-Expanded)
- III. **Brand portfolio strategies effects on consumers' attitude**
Yilmazel S. E., ÖZER L.
MARKETING INTELLIGENCE & PLANNING, cilt.40, sa.1, ss.138-152, 2022 (SSCI)
- IV. **The association between perceived value and patient loyalty in public university hospitals in Turkey**
ÖZER L., BAŞGÖZE P., Karahan A.
TOTAL QUALITY MANAGEMENT & BUSINESS EXCELLENCE, cilt.28, ss.782-800, 2017 (SSCI)
- V. **Pre- and post-purchase stage in impulse buying: The role of mood and satisfaction**
ÖZER L., GÜLTEKİN B.
JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, cilt.22, ss.71-76, 2015 (SSCI)

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Tüketicilerin Giyim Endüstrisinin Yarattığı Sorunlara Dair Kaygılarını Belirleyen Faktörler**
EROL BOYACI G., Ozer L.
Sosyoekonomi, cilt.31, sa.57, ss.231-254, 2023 (ESCI)
- II. **PANDEMİ DÖNEMİNDE LOJİSTİK DAYANIKLILIKTA TEKNOLOJİNİN ROLÜNE İLİŞKİN BİR LİTERATÜR TARAMASI**
Gültekin B., Gündüz M. A., Cura F., Demir S., Özer L.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, cilt.58, sa.4, ss.2980-3015, 2023 (Hakemli Dergi)
- III. **Assessing perceived risk and perceived value in the hotel industry: an integrated approach**
Kupeli T. S., Ozer L.
ANATOLIA-INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH, cilt.31, sa.1, ss.111-130, 2020 (ESCI)
- IV. **RECOVERY BEHAVIOURS IN EDUCATION: THE ROLE OF INNOVATIVENESS AND EMOTIONAL INTELLIGENCE**
Boz Semerci A., Özer L.
JOURNAL OF PSYCHOLOGICAL AND EDUCATIONAL RESEARCH, cilt.26, sa.1, ss.69-89, 2018 (ESCI)
- V. **Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyeti**
Özer L., Kement Ü., Gültekin B.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.33, sa.4, ss.59-85, 2015 (Hakemli Dergi)
- VI. **Türkçe ve Yabancı Dilde Marka İsmi Kullanılmasının Algılanan Kalite ve Satın Alma İsteğine Etkisi**

- Özer L., Gültekin B., Aydın S.
SOSYOEKONOMI, cilt.24, sa.24, ss.131-142, 2015 (Hakemli Dergi)
- VII. **Does the Consequences of Overall Service Quality and Transaction Specific Service Quality Differ**
ÖZER L., BAŞGÖZE P.
INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT REVIEW, cilt.2, sa.1, ss.52-65, 2014 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Bankacılık Sektöründe Müşteri Değerinin Marka Algıları ve Müşteri Sadakati Çerçevesinde İncelenmesi**
Özer L., Burul B. G., Gültekin B.
SOSYOEKONOMI, cilt.19, sa.19, ss.295-313, 2013 (Hakemli Dergi)
- IX. **İnternet Bankacılığında Banka Değişirme Niyetini Etkileyen Faktörler**
Özer L., Bozkurt F. G., Ermeç Sertoğlu A.
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.4, sa.4, ss.141-156, 2012 (Hakemli Dergi)
- X. **Innovation Adoption and Diffusion in the Industrial Markets An Emprical Research on the Small and Medium Size Enterprises in Ankara Ostim**
ÖZER L., AÇIKDİLLİ G.
International Journal of Humanities and Social Science, cilt.2, sa.23, ss.121-132, 2012 (Hakemli Dergi)
- XI. **Gender Effect on Brand Credibility and Purchase Relation Does BC Vary Among Different Brands**
BAŞGÖZE P., ÖZER L.
International Journal of Arts and Commerce, cilt.1, sa.5, ss.58-69, 2012 (Hakemli Dergi)
- XII. **Effects of Brand Credibility on Technology Acceptance Model Adaption of the Model to the Purchase Intention**
BAŞGÖZE P., ÖZER L.
International Journal of Humanities and Social Science, cilt.2, sa.20, ss.292-298, 2012 (Hakemli Dergi)
- XIII. **The Influence of Hedonic Motives and Browsing on Impulse Buying**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
Journal of Economics and Behavioral Studies, cilt.4, sa.3, ss.180-189, 2012 (Hakemli Dergi)
- XIV. **Store image s influence on perceived quality of store brands and store brand purchasing behavior**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
Mediterranean Journal of Social Sciences, cilt.3, sa.6, ss.189, 2012 (Hakemli Dergi)
- XV. **Effects of Brand Credibility on Technology Acceptance Model Adaptation of the Model to the Purchase Intention**
BAŞGÖZE P., ÖZER L.
International Journal of Humanities and Social Science, cilt.2, sa.20, ss.292-298, 2012 (Hakemli Dergi)
- XVI. **Satınalma Sonrası Tatminsizlik Durumundaki Tepkiler Türkiye ve Azerbaycan da Bir Araştırma**
Özer L., Ergeneli H. A., Vugar H.
ANATOLIA, cilt.21, sa.1, ss.121-127, 2010 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Satınalma Sonrası Tatminsizlik Durumundaki Tepkiler Türkiye ve Azerbaycan da Bir Araştırma Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**
ÖZER L., ERGENELİ H. A., VUGAR H.
Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, cilt.21, sa.1, ss.121-127, 2010 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Risk and Return Perception and the Investment Preferences of Investors and Specialists Evidence from an Emerging Market**
ÖZER L., ERGENELİ H. A., KARAN M. B.
Eurasian Review of Economics and Finance, cilt.2, sa.1, ss.10-20, 2006 (Hakemli Dergi)
- XIX. **İlişki Pazarlaması Firmalar Arasındaki İşbirliği ve Güven İlişkisi**
YÜCEL N., ÖZER L.
H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, cilt.24, sa.2, ss.153-175, 2006 (Hakemli Dergi)
- XX. **Hizmet Satın Alma Sürecinde Kulaktan Kulağa İletişim**
ÖZER L., BAŞGÖZE P.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi, cilt.23, sa.1, ss.203-224, 2005 (Hakemli Dergi)
- XXI. **Tüketici Bakış Açısından Mağaza İmajının Boyutlarının Belirlenmesi**

- GÜLTEKİN B., ÖZER L.
Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.88-116, 2005 (Hakemli Dergi)
- XXII. **Tüketici Bakış Açısından Mağaza İmajı Boyutlarının Belirlenmesi**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.88-116, 2005 (Hakemli Dergi)
- XXIII. **Hizmet Sektöründe Tüketicilerin Algıladıkları Riskler Hava Yolları Sektöründe Bir Araştırma**
ÖZER L., SERDAR G.
G.Ü Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, cilt.1, ss.49-65, 2005 (Hakemli Dergi)
- XXIV. **Pazarlama Anlayışları ile İlişki Pazarlaması Uygulamaları Arasındaki İlişki**
ÖZER L., YÜCEL N.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.22, sa.2, ss.125-146, 2004 (Hakemli Dergi)
- XXV. **Müşteri Bakış Açısından Satış Elemanı Performans Değerlendirmesi ve Kriter Geliştirme**
ÖZER L.
H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, cilt.22, sa.1, ss.155-179, 2004 (Hakemli Dergi)
- XXVI. **Satış Elemanı Performans Değerlendirme Kriterlerine Yönelik Literatür Araştırması**
ÖZER L.
H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, cilt.21, sa.2, ss.169-203, 2003 (Hakemli Dergi)
- XXVII. **İnsan Kaynakları Etkililiği Açısından İşgörenlere Yönelik Halkla İlişkiler Faaliyetlerine KKTC Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bakış Açısı**
ÖZER L., FATMA ÇAĞLA Ç.
DAÜ Turizm Araştırmaları Dergisi, cilt.3, sa.1, ss.13-41, 2002 (Hakemli Dergi)
- XXVIII. **Müşteri Tatmini ve Tatmin Teorilerine Yönelik Literatürdeki Kuramsal Tartışmalar**
ÖZER L.
H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, cilt.17, sa.2, ss.159-180, 1999 (Hakemli Dergi)
- XXIX. **MÜŞTERİ TATMİNİNE YÖNELİK LİTERATÜRDEKİ KURAMSAL TARTIŞMALAR**
ÖZER L.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.17, sa.2, ss.159-180, 1999 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Uluslararası Pazarlamada Rekabet İstihbaratı Temel Kavramlar ve Teoriler**
GÜNDÜZ M. A., ÖZER L.
Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 2022
- II. **Faydacı ve Hedonik Alışveriş Güdüleri**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
İşletme Araştırmaları, Dr. Onur Koyuncu, Editör, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara, ss.415-449, 2022
- III. **Hizmet Pazarlaması Güncel Konular ve Yaklaşımlar**
ÖZER L., KAZANCI Ş., YILMAZEL S. E., ŞEN KÜPELİ T., Kuş Demiray D., Ozangözü A. M., Yaylacı A., Onuklu N. N.
DETAY YAYINCILIK, Ankara, 2016
- IV. **Differentiation of Consumer Ethical Beliefs Towards Consumer Lifestyles**
BAŞGÖZE P., ÖZER L., HAMİDLİ V.
Business Ethics Contemporary Global and Regional Issues, Simon Robinson, Mahmut Arslan, Editör, Lambert Academic Publishing, ss.117-136, 2012
- V. **Evaluating the Dimensions of Web-Based Software System Service Quality: An Empirical Study**
ÜLKÜ Ş., ÖZER L., MUHAMMED C.
Pervasive Computing for Business Trends and Applications, , Editör, IGI GLOBAL, HERSHEY, ss.111-129, 2010

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Viral Pazarlama: Sistemik Literatür Taraması ve Bir Model Önerisi.**
EROL BOYACI G., ÖZER L.
PPAD Pazarlama Kongresi (24.Kongre), İzmir, Türkiye, 1 - 04 Mayıs 2019, ss.620-636
- II. **The Effects of eWOM Quality and Credibility on The Relation Between Website Quality and Attitude Toward eWOM and Brand**
YILMAZEL S. E., ÖZER L.
6th International Conference on Trends in Social Sciences and Humanities (TSSH 2016), Bangkok, Tayland, 27 - 28 Aralık 2016
- III. **The Effects of eWOM Quality and Credibility on the Relation Between Website Quality and Attitude Toward eWOM nad Brand**
YILMAZEL S. E., ÖZER L.
6th International Conference on Trends in Social Sciences and Humanities (TSSH 2016, 27 - 28 Aralık 2016
- IV. **Antecedence and Consequences of Perceived Online Retailers'xx Ethical Behaviour**
EROL BOYACI G., AÇIKDİLLİ G., ÖZER L., AYHAN D. Y.
EBEN 28th Annual Conference, 26 - 28 Haziran 2015
- V. **Antecedence and Consequences of Perceived Online Retailers Ethical Behaviour**
EROL G., AÇIKDİLLİ G., ÖZER L., AYHAN D. Y.
28th European Business Ethics Network Annual Conference, 26 - 28 Haziran 2015
- VI. **Understanding Cause Related Marketing From Consumers Perspective Exploring The Role Of Skepticism Ethical Beliefs And Brand Attitude**
YILMAZEL S. E., FATİH Ç., ÖZER L.
28th European Business Ethics Network Annual Conference, Türkiye, 26 - 28 Haziran 2015
- VII. **The Role of Ethical Beliefs in Justice Perceptions in the Service Recovery**
GÜLTEKİN B., ÖZER L., ŞEN KÜPELİ T., ATAK A. Ö.
EBEN 28th Annual Conference, İstanbul, Türkiye, 26 - 28 Haziran 2015
- VIII. **The Influence of the Customer Value Dimensions to Customer Commitment**
ÖZER L., ŞEN KÜPELİ T., YILMAZEL S. E.
Global Arts and Science Society (GASS), Shenzhen, Çin, 22 - 25 Mayıs 2014
- IX. **The influence of the customer value dimensions to customer commitment a study of MBA program in Turkey**
ÖZER L., ŞEN KÜPELİ T., YILMAZEL S. E.
Call for papers for 3rd GASS (Global Arts and Sciences Society) Conference, Shenzhen, Çin, 23 - 25 Mayıs 2014
- X. **Exploring how website quality dimensions influence eWOM credibility and trust**
ÖZER L., YILMAZEL S. E.
Global Arts and Science Society (GASS), Shenzhen, Çin, 22 - 25 Mayıs 2014
- XI. **The Differentiation of Consumer Ethical Beliefs Toward Consumer Lifestyles and Consumer Optimism/Pessimism**
BAŞGÖZE P., ÖZER L., Hamidli V.
21 th European Business Ethics Network Annual Conference, Antalya, Türkiye, 17 Ekim 2008
- XII. **The effect of store image on consumers store brand purchase frequency and perceived quality of store brands the Turkish case**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
7th International Congress Marketing Trends, 17 - 19 Ocak 2008
- XIII. **Behavioral Consequences of Service Quality Differentiation of Complaint Behavior Among Quality Dimensions**
BAŞGÖZE P., ÖZER L.
9th International Forum on The Sciences, 29 - 30 Kasım 2007, ss.157-172
- XIV. **Innovation Adoption and Diffusion in the Industrial Markets: An Empirical Research on the Small and Medium Size Enterprises in Ankara-OSTIM**
ÖZER L., AÇIKDİLLİ G.
9. International Forum on the Sciences, Techniques and Art Applied to Marketing, Madrid, İspanya, 29 - 30 Kasım

2007

- XV. **Innovation Adoption and Diffusion in The Industrial Markets An Empirical Research on The Small and Medium Size Enterprises in Ankara OSTIM**
ÖZER L., AÇIKDİLLİ G.
9 th International Forum on The Sciences, Techniques and Art Applied to Marketing Academy and Profession Best Papers Proceedings, 29 - 30 Kasım 2007
- XVI. **Impact of Cultural Dimentions on Risk Perceptions of Investors in Turkey**
ÖZER L., ERGENELİ H. A., KARAN M. B.
13. Annual Conference of the Multinational Finance Society, Edinburgh, Saint Helena, 15 - 17 Haziran 2006
- XVII. **The effect of store image dimensions on the perceived quality of store brands**
GÜLTEKİN B., CHUMPITAZ R., KAVAK B., ÖZER L., SWAEN V.
35th EMAC Conference, Atina, Yunanistan, 23 - 26 Mayıs 2006
- XVIII. **Financial Risk Perception of Investors and Finance Specialists in the Beginning of the Stabilization Period of Turkey**
ÖZER L., ERGENELİ H. A., KARAN M. B.
Twelfth Annual Conference of the Multinational Finance Society, Atina, Yunanistan, 17 - 19 Temmuz 2005
- XIX. **Hizmet Sektöründe Müşteri Tatmini Rusya Federasyonu Vatandaşlarının Türkiye ye Seyahatlerine İlişkin Algılanan Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmini Ölçümü**
AYHAN D. Y., ÖZER L.
4. Ulusal Pazarlama Kongresi, ANTAKYA, Türkiye, 18 - 20 Kasım 1999

Desteklenen Projeler

ÖZYİĞİT GÜLTEKİN B., ŞEN KÜPELİ T., ÖZER L., ECİK A. Ö., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Hizmet Telifisindeki Adalet Algılarında Etik İnançların Rolü, 2015 - 2016

Metrikler

Yayın: 58

Atıf (WoS): 56

Atıf (Scopus): 89

H-İndeks (WoS): 4

H-İndeks (Scopus): 4