

Prof. LEYLA ÖZER

Personal Information

Office Phone: [+90 312 297 8700](tel:+903122978700)

Email: leyla@hacettepe.edu.tr

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

Education Information

Doctorate, Hacettepe University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme A.B.D., Turkey 1989 - 1998

Postgraduate, Hacettepe University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme A.B.D., Turkey 1985 - 1988

Undergraduate, Hacettepe University, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 1980 - 1985

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management

Courses

SERVICE MARKETING, Postgraduate, 2023 - 2024

SERVICES MARKETING, Doctorate, 2023 - 2024

MARKETING STRATEGIES, Postgraduate, 2023 - 2024

MARKETING STRATEGY MANAGEMENT, Doctorate, 2023 - 2024

SERVICES MARKETING, Postgraduate, 2023 - 2024

CONSUMER BEHAVIOR, Doctorate, 2023 - 2024

CONSUMER BEHAVIOR, Postgraduate, 2023 - 2024

PRINCIPLES OF MARKETING, Postgraduate, 2023 - 2024

SEMINAR, Postgraduate, 2023 - 2024

MARKETING STRATEGIES, Postgraduate, 2023 - 2024

Advising Theses

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

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

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

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

Özer L., Sosyal medyadan bilgi edinmenin, rekabet istihbaratı sürecine etkisinde özümseme kapasitesinin rolü: Teknokent işletmelerinde bir uygulama, Postgraduate, H.MİRAC(Student), 2022

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

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

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

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

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

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

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

ÖZER L., Rekabet İstihbaratının Uluslararası Pazar Seçimindeki Rolü, Doctorate, M.AKİF(Student), 2017

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

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

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

Özer L., Web site kalitesi ile elektronik kulaktan kulağa iletişim tutumu ve marka tutumu arasındaki ilişkide elektronik kulaktan kulağa iletişim kalitesi ve kredibilitésinin etkisi, Postgraduate, S.EMRE(Student), 2014

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

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

ÖZER L., Web tabanlı hizmet kalitesi, Postgraduate, D.KUŞ(Student), 2011

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

ÖZER L., Teknoloji kabul modelinin teknolojik yatkınlık ve marka kredibilitésini değiştirerek genişletilmesi: Satın alma eğilimine uyarlanması, Doctorate, P.BAŞGÖZE(Student), 2010

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

ÖZER L., İnternette alışverişlerde algılanan risk üzerine bir uygulama, Postgraduate, C.EREL(Student), 2008

Özer L., Yaşam biçimlerinin finansal risk toleransına olan etkileri üzerine bir uygulama, Postgraduate, G.CEYHAN(Student), 2008

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

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

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

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

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

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

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

Özer L., İlişki pazarlaması çerçevesindeki küçük ve orta boy işletmeler arasındaki işbirliği, Postgraduate, N.DENİZ(Student), 2003

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

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

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

Published journal articles indexed by SCI, SSCI, and AHCI

- I. **The effect of knowledge acquisition from social media on competitive intelligence process: the mediating role of absorptive capacity**
GÜNEŞ H. M., ÖZER L.
MARKETING INTELLIGENCE & PLANNING, 2024 (SSCI)
- II. **The Mediating Role of COVID-19 Risk Perception in the Relationship between Sports Club Innovativeness and Trust: A Case Study of Martial Arts Clubs**
Yagiz K., ÖZYİĞİT GÜLTEKİN B., ÖZER L.
REVISTA DE PSICOLOGIA DEL DEPORTE, no.3, pp.166-174, 2024 (SSCI)
- III. **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, vol.23, no.5, pp.1567-1586, 2023 (SSCI)
- IV. **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, vol.165, 2022 (SCI-Expanded)
- V. **Brand portfolio strategies effects on consumers' attitude**
Yilmazel S. E., ÖZER L.
MARKETING INTELLIGENCE & PLANNING, vol.40, no.1, pp.138-152, 2022 (SSCI)
- VI. **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, vol.28, pp.782-800, 2017 (SSCI)
- VII. **Pre- and post-purchase stage in impulse buying: The role of mood and satisfaction**
ÖZER L., GÜLTEKİN B.
JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, vol.22, pp.71-76, 2015 (SSCI)

Articles Published in Other Journals

- I. **Factors Determining Consumer Concerns About Clothing Industry Problems**
EROL BOYACI G., Ozer L.
Sosyoekonomi, vol.31, no.57, pp.231-254, 2023 (ESCI)
- II. **A Literature Review on The Role of Technology in Logistics Resilience During The Pandemic**
Gültekin B., Gündüz M. A., Cura F., Demir S., Özer L.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.58, no.4, pp.2980-3015, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.31, no.1, pp.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, vol.26, no.1, pp.69-89, 2018 (ESCI)

- V. **THE REVISIT INTENTION TO GREEN HOTELS IN THE CONTEXT OF THE EXTENDED THEORY OF PLANNED BEHAVIOR**
Özer L., Kement Ü., Gültekin B.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.33, no.4, pp.59-85, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **The Impact of Turkish and Foreign Language Brand Name Usage on Perceived Quality and Willingness to Buy2**
Özer L., Gültekin B., Aydın S.
SOSYOEKONOMI, vol.24, no.24, pp.131-142, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.2, no.1, pp.52-65, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Examination of Customer Value in Banking Sector in the framework of Brand Perseptions and Customer Loyalty**
Özer L., Burul B. G., Gültekin B.
SOSYOEKONOMI, vol.19, no.19, pp.295-313, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Factors Affecting Bank Switching Intentions in E-Banking**
Özer L., Bozkurt F. G., Ermeç Sertoğlu A.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.4, no.4, pp.141-156, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.2, no.23, pp.121-132, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.1, no.5, pp.58-69, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.2, no.20, pp.292-298, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **The Influence of Hedonic Motives and Browsing on Impulse Buying**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
Journal of Economics and Behavioral Studies, vol.4, no.3, pp.180-189, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.3, no.6, pp.189, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.2, no.20, pp.292-298, 2012 (Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **After Purchase Dissatisfaction Responses: An Examination in Turkey And Azerbaijan**
Özer L., Ergeneli H. A., Vugar H.
ANATOLIA, vol.21, no.1, pp.121-127, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.21, no.1, pp.121-127, 2010 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.2, no.1, pp.10-20, 2006 (Peer-Reviewed Journal)

- XIX. **İlişki Pazarlaması Firmalar Arasındaki İşbirliği ve Güven İlişkisi**
YÜCEL N., ÖZER L.
H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, vol.24, no.2, pp.153-175, 2006 (Peer-Reviewed Journal)
- XX. **Hizmet Satın Alma Sürecinde Kulaktan Kulağa İletişim**
ÖZER L., BAŞGÖZE P.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi, vol.23, no.1, pp.203-224, 2005 (Peer-Reviewed Journal)
- XXI. **Tüketici Bakış Açısından Mağaza İmajının Boyutlarının Belirlenmesi**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, vol.8, no.2, pp.88-116, 2005 (Peer-Reviewed Journal)
- XXII. **Tüketici Bakış Açısından Mağaza İmajı Boyutlarının Belirlenmesi**
GÜLTEKİN B., ÖZER L.
Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, vol.8, no.2, pp.88-116, 2005 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIII. **Hizmet Sektöründe Tüketicilerin Algıladıkları Riskler Hava Yolları Sektöründe Bir Araştırma**
ÖZER L., SERDAR G.
G.Ü Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, vol.1, pp.49-65, 2005 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIV. **Pazarlama Anlayışları ile İlişki Pazarlaması Uygulamaları Arasındaki İlişki**
ÖZER L., YÜCEL N.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.22, no.2, pp.125-146, 2004 (Peer-Reviewed Journal)
- XXV. **Müşteri Bakış Açısından Satış Elemanı Performans Değerlendirmesi ve Kriter Geliştirme**
ÖZER L.
H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, vol.22, no.1, pp.155-179, 2004 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVI. **Satış Elemanı Performans Değerlendirme Kriterlerine Yönelik Literatür Araştırması**
ÖZER L.
H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, vol.21, no.2, pp.169-203, 2003 (Peer-Reviewed Journal)
- 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, vol.3, no.1, pp.13-41, 2002 (Peer-Reviewed Journal)
- XXVIII. **Müşteri Tatmini ve Tatmin Teorilerine Yönelik Literatürdeki Kuramsal Tartışmalar**
ÖZER L.
H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, vol.17, no.2, pp.159-180, 1999 (Peer-Reviewed Journal)
- XXIX. **MÜŞTERİ TATMİNİNE YÖNELİK LİTERATÜRDEKİ KURAMSAL TARTIŞMALAR**
ÖZER L.
Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.17, no.2, pp.159-180, 1999 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- 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.
in: İşletme Araştırmaları, Dr. Onur Koyuncu, Editor, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara, pp.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.

in: Business Ethics Contemporary Global and Regional Issues, Simon Robinson, Mahmut Arslan, Editor, Lambert Academic Publishing, pp.117-136, 2012

V. Evaluating the Dimensions of Web-Based Software System Service Quality: An Empirical Study

ÜLKÜ Ş., ÖZER L., MUHAMMED C.

in: Pervasive Computing for Business Trends and Applications, , Editor, IGI GLOBAL, HERSHEY, pp.111-129, 2010

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

I. Viral Pazarlama: Sistemik Literatür Taraması ve Bir Model Önerisi.

EROL BOYACI G., ÖZER L.

PPAD Pazarlama Kongresi (24.Kongre), İzmir, Turkey, 1 - 04 May 2019, pp.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, Thailand, 27 - 28 December 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 December 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 June 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 June 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, Turkey, 26 - 28 June 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, Turkey, 26 - 28 June 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, China, 22 - 25 May 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, China, 23 - 25 May 2014

X. Exploring how website quality dimensions influence eWOM credibility and trust

ÖZER L., YILMAZEL S. E.

Global Arts and Science Society (GASS), Shenzhen, China, 22 - 25 May 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, Turkey, 17 October 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 January 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 November 2007, pp.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, Spain, 29 - 30 November 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 November 2007
- XVI. **Impact of Cultural Dimensions 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 June 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, Greece, 23 - 26 May 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, Greece, 17 - 19 July 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, Turkey, 18 - 20 November 1999

Supported Projects

ÖZYİĞİT GÜLTEKİN B., ŞEN KÜPELİ T., ÖZER L., ECİK A. Ö., Project Supported by Higher Education Institutions, Hizmet Telifisindeki Adalet Algılarında Etik İnançların Rolü, 2015 - 2016

Metrics

Publication: 60

Citation (WoS): 56

Citation (Scopus): 89

H-Index (WoS): 4

H-Index (Scopus): 4