

Prof. FATMA ZEYNEP ÖZATA

Personal Information

Email: fzozata@anadolu.edu.tr

Web: <https://avesis.anadolu.edu.tr/fzozata>

International Researcher IDs

ScholarID: 46poj1kAAAAJ

ORCID: 0000-0002-3338-0308

Publons / Web Of Science ResearcherID: R-1499-2019

ScopusID: 55991583000

Yoksis Researcher ID: 54314

Education Information

Doctorate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), Turkey 2004 - 2009

Undergraduate, Hacettepe University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 1993 - 1997

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, Yüksek teknoloji yeniliği olarak akıllı telefonların genç tüketiciler tarafından benimsenmesinde etkili olan faktörler, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2009

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Associate Professor, Anadolu University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ (İİBF), 2018 - Continues

Assistant Professor, Anadolu University, PORSUK MESLEK YÜKSEKOKULU, 2012 - 2018

Lecturer PhD, Anadolu University, PORSUK MESLEK YÜKSEKOKULU, 2009 - 2012

Lecturer, Anadolu University, PORSUK MESLEK YÜKSEKOKULU, 2005 - 2009

Academic and Administrative Experience

Assistant Director of the Institute, Anadolu University, 2021 - 2022

Anadolu University, 2015 - 2015

Courses

Satış Yönetimi, Undergraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020
Sosyal Medya ve Dijital Pazar., Undergraduate, 2020 - 2021
Cor. Soci. Res. and Eth. Iss., Postgraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020
Dijital Pazar. ve Sos. Medya, Postgraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020
Pazarlama Yönetimi, Postgraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020
Pazarlama Yönetimi, Undergraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020
Diji. Paz. ve Sos. Med. Yöne., Postgraduate, 2020 - 2021, 2019 - 2020
Tüketici Davranışı Teorisi, Doctorate, 2019 - 2020
Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama, Undergraduate, 2017 - 2018
Pazarlama Yönetimi, Postgraduate, 2017 - 2018, 2016 - 2017
Sosyal Medya Uygulamaları, Undergraduate, 2017 - 2018, 2015 - 2016
Elektronik Ticaret ve İnternette Pazarlama Teknikleri, Associate Degree, 2017 - 2018
TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ, Doctorate, 2016 - 2017
PAZARLAMA YÖNETİMİ, Undergraduate, 2016 - 2017, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2010 - 2011
SEMİNER, Postgraduate, 2016 - 2017
PAZARLAMA İLKELERİ, Undergraduate, 2016 - 2017, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012
DİJİTAL PAZARLAMA VE SOSYAL MEDYA, Postgraduate, 2016 - 2017, 2014 - 2015, 2013 - 2014
SEMİNER, Doctorate, 2016 - 2017
GİRİŞİMCİLİK, Associate Degree, 2016 - 2017
SATIŞ YÖNETİMİ, Undergraduate, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015
İŞLETME YÖNETİMİ, Associate Degree, 2016 - 2017, 2014 - 2015
PAZARLAMA VE REKLAM UYGULAMALARI, Associate Degree, 2016 - 2017
ELEKTRONİK TİCARET VE İNTERNETTE PAZARLAMA YÖNTEMLERİ, Associate Degree, 2016 - 2017, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2009 - 2010
ELEKTRONİK TİCARET VE İNTERNETTE PAZARLAMA UYGULAMALARI, Associate Degree, 2015 - 2016
TÜKETİCİ DAVRANIŞI, Undergraduate, 2014 - 2015
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, Associate Degree, 2013 - 2014, 2011 - 2012
PAZARLAMAYA GİRİŞ, Associate Degree, 2013 - 2014, 2012 - 2013
MARKA VE MARKA STRATEJİSİ, Associate Degree, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012
PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Associate Degree, 2013 - 2014, 2011 - 2012
İNTERNET REKLAMCILIĞI, Associate Degree, 2012 - 2013
PAZARLAMA İLETİŞİMİ, Postgraduate, 2012 - 2013
TOPLUMA HİZMET UYGULAMALARI, Associate Degree, 2012 - 2013, 2011 - 2012
PAZARLAMA, Associate Degree, 2011 - 2012, 2010 - 2011, 2009 - 2010, 2007 - 2008, 2006 - 2007
DİJİTAL PAZARLAMA, Postgraduate, 2011 - 2012
SATIŞ YÖNETİMİ, Associate Degree, 2010 - 2011, 2009 - 2010
SATIŞ TEKNİKLERİ, Associate Degree, 2009 - 2010
ARAŞTIRMA TEKNİKLERİ VE SEMİNER, Associate Degree, 2009 - 2010

Advising Theses

Özata F. Z., Vekaleten karar verme süreci: Anneler üzerine durum çalışması, Doctorate, S.KAPUSUZ(Student), 2023
Özata F. Z., What makes the virtual goods valuable in the eyes of the consumers: A value theory perspective, Doctorate, N.MKEDDER(Student), 2022
Özata F. Z., Online müşteri yolculuğu ve deneyimi bağlamında tüketicilerin sınıflandırılması, Postgraduate, A.FİLİZ(Student), 2022
Özata F. Z., Reklamcılıkta femvertising uygulamalarının tüketici tutum ve satın alma niyetlerine etkisi, Postgraduate, S.TANYOLU(Student), 2022

- Özata F. Z., Genç seçmenlerin siyasal reklam kampanyalarına yönelik tutumları: 2019 Ukrayna Cumhurbaşkanlığı Seçimi üzerine karşılaştırmalı bir çalışma, Postgraduate, R.RUSTEMOV(Student), 2021
- Özata F. Z., Kusurlu ürün krizlerinde kullanılan stratejilerin ürüne yönelik değerlendirme ve tekrar satın alma niyetine etkisi: İki kültürde bir araştırma, Doctorate, F.EROL(Student), 2020
- Özata F. Z., Tüketim kültürü içinde kahvenin ve kahve dükkânlarının değişen anlamı: 3. dalga kahve tüketicileri üzerine fenomenolojik bir araştırma, Postgraduate, G.ŞEKER(Student), 2020
- Özata F. Z., Bir boş zaman etkinliği olarak yelkenli yatçılık faaliyetine yönelik motivasyonlar, Postgraduate, B.KARACA(Student), 2019
- Özata F. Z., Yeni çağın parmak aktivistleri slaktivistler: Profil belirlemeye yönelik keşifsel bir araştırma, Postgraduate, H.ÖZBAŞ(Student), 2019
- Özata F. Z., Azerbaycanlı gençlerin hazır giyim markalarına karşı marka sadakatini etkileyen faktörler, Postgraduate, B.RZAZADE(Student), 2019
- Özata F. Z., Sosyal medya içeriklerinin marka takipçileri ile bağ kurma üzerine etkisi: Markaların Facebook gönderileri üzerine bir içerik analizi, Postgraduate, E.AKSOY(Student), 2018
- Özata F. Z., The consequences of consumer engagement in social networking sites, Postgraduate, A.LUJJA(Student), 2016

Articles Published in Other Journals

- I. **Exploring virtual goods purchase intentions: an integrated SEM-NCA approach in online gaming**
Mkedder N., Bakir M., Aldhabyani Y., ÖZATA F. Z.
CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT JOURNAL, vol.32, no.3, pp.368-391, 2024 (ESCI)
- II. **Tüketici Davranışı Perspektifinden Vekâleten Verilen Kararlar Bağlamında Sosyal Kimlik Oluşturma Süreci: Anneler Üzerine Bir Durum Çalışması**
Kapusuz S., Özata F. Z.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.23, no.4, pp.1237-1272, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **I will buy virtual goods if I like them: a hybrid PLS-SEM-artificial neural network (ANN) analytical approach**
Mkedder N., Özata F. Z.
Journal of Marketing Analytics, vol.11, no.4, pp.1-29, 2023 (ESCI)
- IV. **Femvertising Uygulamalarının Tüketici Tutum ve Davranış Niyetlerine Etkisi: Kendini Feminist Tanımlamanın Düzenleyici Rolü**
Özata F. Z., Erol F., Tanyolu S.
Marmara İletişim Dergisi, vol.2023, no.44, pp.1-30, 2023 (ESCI)
- V. **Kahvenin ve Kahve Dükkânlarının Değişen Tüketim Algısı: Üçüncü Dalga Kahve Tüketicileri Üzerine Fenomenolojik Bir Araştırma**
Şeker G., Özata F. Z.
Journal of Tourism and Gastronomy Studies, vol.10, no.1, pp.193-224, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Kusurlu Ürün Krizi Ve Ürün Geri Çağırma Literatürü Üzerine Kavramsal Bir İnceleme**
Erol F., Özata F. Z.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.14, no.3, pp.512-550, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **AŞI KARARSIZLIĞI VE AŞI REDDİ KONUSUNA SOSYAL PAZARLAMA BAKIŞ AÇISINDAN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**
Özata F. Z., Kapusuz S.
Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.20, no.1, pp.65-83, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Tüketici Düşmanlığının Ülke İmajı, Ürün Değerlendirme ve Yabancı Ürün Satın Alma İsteğine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**
ÖZTÜRK S. A., ÖZATA F. Z., EROL F.
İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.6, no.1, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **Turkish versus English? İngilizce Marka Adlarının Tüketici Tutumları ve Satın Alma Niyeti Üzerine**

Etkisi

ÖZTÜRK S. A., ÖZATA F. Z., AĞLARGÖZ F.

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.17, no.4, pp.137-150, 2017 (Peer-Reviewed Journal)

- X. **Erdoğan, B. Zafer, F. Zeynep Özata, Semra Doğan Hasan Alp Şaşmaz (2017) "Konum Tabanlı Mobil Swarm Uygulaması Üzerinden Paylaşım Motivasyonlarının İncelenmesi",**
ERDOĞAN B. Z., ÖZATA F. Z., DOĞAN ÇİFCİ S., ŞAŞMAZ H. A.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.9, no.2, pp.379-400, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **The Consequences of Consumer Engagement in Social Networking Sites**
LUJJA A., ÖZATA F. Z.
İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, vol.8, no.2, pp.275-291, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Examining Digital Literacy Competences and Learning Habits of Open and Distance Learners**
ÖZDAMAR KESKİN N., ÖZATA F. Z., BANAR K., ROYLE K.
Contemporary Educational Technology, vol.6, no.1, pp.74-93, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Müptelalardan Mesafelilere Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcısı Gençler Kullanma Motivasyonları ve Davranışları Açısından Profilleri**
ÖZATA F. Z., KILIÇER T., AĞLARGÖZ F.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.14, no.3, pp.19-38, 2014 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **STUDENTS' PREFERENCES AND OPINIONS ON DESIGN OF A MOBILE MARKETING EDUCATION APPLICATION**
ÖZATA F. Z., Ozdamar Keskin N.
TURKISH ONLINE JOURNAL OF DISTANCE EDUCATION, vol.15, no.1, pp.189-205, 2014 (ESCI)
- XV. **Determinants of User Acceptance of Digital Libraries**
Özata F. Z., Kurulgan M.
TURKISH LIBRARIANSHIP, vol.27, no.4, pp.585-600, 2013 (ESCI)
- XVI. **Elektronik Kütüphane Hizmetlerinin Öğretim Elemanları Tarafından Benimsenmesinde Etkili Olan Faktörler: Anadolu Üniversitesi Öğretim Elemanları Üzerinde Bir Araştırma**
Kurulgan M., Özata F. Z.
INFORMATION WORLD, vol.11, no.2, pp.243-262, 2010 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Ethics in Accounting and Finance**
ÖNCE S., ÖZATA F. Z., AĞLARGÖZ O., UÇKAN HEKİMLER B., ÇANKIR B., TİLTAY M. A., ŞENER İ., POLATOĞLU V., EROL F.
in: Business Ethics, ÖZATA Fatma Zeynep, Editor, Anadolu University, Eskişehir, pp.190-215, 2020
- II. **Dijital Medyada Gastronomi: İnternet**
ÖZATA F. Z.
in: Gastronomi ve Medya, Hakan Yılmaz, Editor, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, pp.124-151, 2016
- III. **Etkileşimli Gastronomi**
ÖZATA F. Z.
in: Gastronomi ve Medya, Hakan Yılmaz, Editor, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, pp.152-185, 2016
- IV. **Dijital Çağ ve Tüketici Davranışına Etkileri**
ÖZATA F. Z.
in: Tüketici Davranışları, Emre Ozan Aksöz, Editor, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, pp.170-197, 2016
- V. **Deneyimsel Öğrenme ve Pazarlama Eğitimindeki Örnekleri**
ÖZATA F. Z., AKGÜL D.
in: Türkiye de Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi, Muazzez Babacan, Editor, Beta Yayınevi, İstanbul, pp.212-230,

2016

- VI. **Pazarlama Eğitiminde Seçilmiş Yöntemler**
ÖZATA F. Z., AKGÜL D.
in: Türkiye'de Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi, Muazzez Babacan, Editor, Beta Yayınevi, İstanbul, pp.198-212, 2016
- VII. **Diğer Pazarlama İletişimi Araçları: Sponsorluk, Doğrudan Pazarlama ve Dijital Pazarlama**
ÖZATA F. Z.
in: Pazarlama İlkeler ve Yönetim, Prof. Dr. B.Zafer Erdoğan, Editor, EKİN YAYINLARI, pp.515-555, 2014
- VIII. **Teknolojik Ürünlerde Tüketici Davranışı**
ÖZATA F. Z.
in: Teknoloji Perakendeciliği, Elif Eroğlu, Editor, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, pp.48-71, 2013
- IX. **Sosyal Medya Platformları**
ÖZATA F. Z.
in: Dijital İletişim ve Yeni Medya, Öztürk Mesude Canan, Editor, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, pp.76-98, 2013

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **The Effects of Response Strategies Used in Product-Harm Crisis on the Evaluation of the Product and Re-purchase Intention in Different Cultures: An Abstract**
Özata F. Z., Erol F.
2021 AMS Virtual Annual Conference and World Marketing Congress, 1 - 04 June 2021, pp.51-52
- II. **TÜRKİYE'DE OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE YAŞANAN KUSURLU ÜRÜN KRİZLERİ VE ÜRÜN GERİ ÇAĞIRMALARI ÜZERİNE BİR İNCELEME**
EROL F., ÖZATA F. Z.
ZEUGMA I. ULUSLARARASI MULTİ DİSİPLİNER ÇALIŞMALAR KONGRESİ, Gaziantep, Turkey, 13 - 16 September 2018, pp.30-31
- III. **Determining the Engagement Motivations behind Slacktivism**
Ozbas H., ÖZATA F. Z.
32nd Conference of the International-Business-Information-Management-Association (IBIMA), Sevilla, Spain, 15 - 16 November 2018, pp.4347
- IV. **Konum Tabanlı Mobil Swarm Uygulaması Üzerinden Paylaşım Motivasyonlarının İncelenmesi**
ERDOĞAN B. Z., ÖZATA F. Z., DOĞAN ÇİFCİ S., ŞAŞMAZ H. A.
22. PAZARLAMA KONGRESİ, Trabzon, Turkey, 28 - 30 September 2017
- V. **Click Activists of the New Era, Slacktivists: An Exploratory Research to Define Slacktivist Typologies**
Ozbas H., ÖZATA F. Z.
30th International Business-Information-Management-Association Conference, Madrid, Spain, 8 - 09 November 2017, pp.2817
- VI. **The Antecedents and Consequences of Consumer Engagement in Social Networking Sites**
ÖZATA F. Z., Lujja A.
30th International Business-Information-Management-Association Conference, Madrid, Spain, 8 - 09 November 2017, pp.2534-2535
- VII. **The Development and Evaluation of an M Learning Platform for Marketing Courses Marketing Genius**
ÖZATA F. Z., ÖZDAMAR KESKİN N., BANAR K.
Proceedings of Annual Spain Business Research Conference, BARCELONA, Spain, 26 - 27 May 2016
- VIII. **How Foreign Branding Affect Brand Personality and Purchase Intention?**
ÖZTÜRK S. A., ÖZATA F. Z., AĞLARGÖZ F.
International Institute of Social and Economic Sciences (IISES 2015), Viyana, Austria, 21 - 24 June 2015, pp.283-299

- IX. **Determinants of user satisfaction with mobile applications Case of Facebook as a mobile App**
ÖZATA F. Z., ER İ.
IISES, Business & Management Conference, Vienna, 21 - 24 June 2015, pp.262
- X. **How foreign branding effect brand personality and purchase intention**
ÖZTÜRK S. A., ÖZATA F. Z., AĞLARGÖZ F.
IISES, Business & Management Conference, Vienna, 21 - 24 June 2015, pp.283
- XI. **Ortak Tüketmemek: Paylaşma Davranışını Engelleyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma**
ÖZATA F. Z., ER İ., ÖZTÜRK S. A., AĞLARGÖZ F.
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Turkey, 10 - 13 June 2015, vol.2, pp.625-626
- XII. **Use of a Team Based Experiential Learning Project to Enhance Student Engagement Learning and Teamwork Skills in Marketing Education**
ÖZATA F. Z.
V. European Conference on Social and Behavioral Sciences St Petersburg, Rusya, 11 - 14 September 2014
- XIII. **Açık ve Uzaktan Öğrenim Gören Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ortamları Kullanma Becerileri Anadolu Üniversitesi Örneği**
ÖZDAMAR N., BANAR K., ÖZER CANARSLAN N., ÖZATA F. Z.
Akademik Bilişim 2013, Turkey, 23 - 25 January 2013
- XIV. **Students Opinions and Preferences on the Design of a Mobile Learning Application on Marketing Education**
ÖZATA F. Z., ÖZDAMAR KESKİN N.
8th International Academic Conference (IISES), Naples Italy, 16 - 19 September 2013, pp.322-335
- XV. **Uses and gratifications theory as a way of understanding college students use of social media**
AĞLARGÖZ F., ÖZATA F. Z.
Uses and gratifications theory as a way of understanding college students' use of social media, Napoli, Italy, 16 September 2012 - 19 September 2013, pp.2
- XVI. **Elektronik Kütüphane Hizmetlerinin Öğretim Elemanları Tarafından Benimsenmesinde Etkili Olan Faktörler Anadolu Üniversitesi Öğretim Elemanları Üzerinde Bir Araştırma Factors That Effect Instructors Adoption of Electronic Library Services A Study of Academics in Anadolu University**
KURULGAN M., ÖZATA F. Z.
2. Uluslararası Değişen Dünyada Bilgi Yönetimi Sempozyumu: Bilgi Yönetiminde Teknolojik Yakınsama ve Sosyal Ağlar 22-24 Eylül 2010, Ankara, Ankara, Turkey, 22 - 24 September 2010, pp.164-174
- XVII. **Elektronik Kütüphane Hizmetlerinin Öğretim Elemanları Tarafından Benimsenmesinde Etkili Olan Faktörler Anadolu Üniversitesi Öğretim Elemanları Üzerinde Bir Araştırma**
KURULGAN M., ÖZATA F. Z.
Bilgi Yönetiminde Teknolojik Yakınsama ve Sosyal Ağlar 2. Uluslararası Değişen Dünyada Bilgi Yönetimi Sempozyumu, 22 - 24 September 2010
- XVIII. **Anadolu Üniversitesi Öğretim Elemanlarının Elektronik Kütüphane Hizmetlerine Yönelik İnançları**
KURULGAN M., ÖZATA F. Z.
ÜNAK İkibin10: Bilgi Yönetimi 2.0: Sosyal Ağlarda Bilgi Hizmetleri (07-09 Ekim 2010), Samsun, Turkey, 7 October - 09 September 2010
- XIX. **CONFUSION AND/OR EMPOWERMENT: THE IMPACT OF ONLINE PRODUCT REVIEWS AND RECOMMENDATIONS ON CONSUMER DECISION MAKING**
ÖZATA F. Z.
2nd Annual EuroMed Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Salerno, Italy, 26 - 28 October 2009, pp.2044-2045

Supported Projects

Özata F. Z., Project Supported by Higher Education Institutions, Kusurlu Ürün Krizlerinde Kullanılan Stratejilerin Markaya Yönelik Algılara Etkisi, 2019 - 2021

ÖZATA F. Z., Project Supported by Higher Education Institutions, Yeni Çağın Parmak Aktivistleri Slaktivistler: Profil Belirlemeye Yönelik Keşifsel Bir Araştırma, 2017 - 2019

ÖZATA F. Z., Project Supported by Higher Education Institutions, Deneyimsel Öğrenmenin Pazarlama Eğitimi nde Kullanımı Üzerine Keşifsel Bir Araştırma, 2016 - 2017

ÖZATA F. Z., ÇEKEROL K., Çağrı Merkezi Operatörlüğü Modüllerinin Geliştirilmesi, 2014 - 2015

ÖZDAMAR N., ÖZATA F. Z., Project Supported by Higher Education Institutions, Yükseköğretim Öğrencileri Tarafından Mobil Öğrenmenin Benimsenmesini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi, 2013 - 2015

Activities in Scientific Journals

Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Assistant Editor/Section Editor, 2022 - Continues

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Assistant Editor/Section Editor, 2019 - Continues

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Assistant Editor/Section Editor, 2021 - 2022

Memberships / Tasks in Scientific Organizations

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği, Member, 2009 - Continues, Turkey