

## Prof. Dr. FATMA ZEYNEP ÖZATA

### Kişisel Bilgiler

E-posta: fzoata@anadolu.edu.tr

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

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: 46poj1kAAAAJ

ORCID: 0000-0002-3338-0308

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

ScopusID: 55991583000

Yoksis Araştırmacı ID: 54314

### Eğitim Bilgileri

Bütünleşik Doktora, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), Türkiye 2004 - 2009

Lisans, Hacettepe Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1993 - 1997

### Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

### Yaptığı Tezler

Bütünleşik Doktora, Yüksek teknoloji yeniliği olarak akıllı telefonların genç tüketiciler tarafından benimsenmesinde etkili olan faktörler, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, 2009

### Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

### Akademik Unvanlar / Görevler

Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İŞLETME BÖLÜMÜ (İİBF), 2018 - Devam Ediyor

Yrd. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, PORSUK MESLEK YÜKSEKOKULU, 2012 - 2018

Öğretim Görevlisi Dr., Anadolu Üniversitesi, PORSUK MESLEK YÜKSEKOKULU, 2009 - 2012

Öğretim Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, PORSUK MESLEK YÜKSEKOKULU, 2005 - 2009

### Akademik İdari Deneyim

Enstitü Müdür Yardımcısı, Anadolu Üniversitesi, 2021 - 2022

Anadolu Üniversitesi, 2015 - 2015

## Verdiği Dersler

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

## Yönetilen Tezler

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

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

## **Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler**

- 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, cilt.32, sa.3, ss.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, cilt.23, sa.4, ss.1237-1272, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.11, sa.4, ss.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, cilt.2023, sa.44, ss.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, cilt.10, sa.1, ss.193-224, 2022 (Hakemli Dergi)
- VI. **Kusurlu Ürün Krizi Ve Ürün Geri Çağırma Literatürü Üzerine Kavramsal Bir İnceleme**  
Erol F., Özata F. Z.  
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.14, sa.3, ss.512-550, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.20, sa.1, ss.65-83, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.6, sa.1, 2019 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.17, sa.4, ss.137-150, 2017 (Hakemli Dergi)

- 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, cilt.9, sa.2, ss.379-400, 2017 (Hakemli Dergi)
- XI. **The Consequences of Consumer Engagement in Social Networking Sites**  
LUJJA A., ÖZATA F. Z.  
İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, cilt.8, sa.2, ss.275-291, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.6, sa.1, ss.74-93, 2015 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.14, sa.3, ss.19-38, 2014 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.15, sa.1, ss.189-205, 2014 (ESCI)
- XV. **Determinants of User Acceptance of Digital Libraries**  
Özata F. Z., Kurulgan M.  
TURKISH LIBRARIANSHIP, cilt.27, sa.4, ss.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, cilt.11, sa.2, ss.243-262, 2010 (Hakemli Dergi)

## Kitap & Kitap Bölümleri

- 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.  
Business Ethics, ÖZATA Fatma Zeynep, Editör, Anadolu University, Eskişehir, ss.190-215, 2020
- II. **Dijital Medyada Gastronomi: İnternet**  
ÖZATA F. Z.  
Gastronomi ve Medya, Hakan Yılmaz, Editör, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, ss.124-151, 2016
- III. **Etkileşimli Gastronomi**  
ÖZATA F. Z.  
Gastronomi ve Medya, Hakan Yılmaz, Editör, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, ss.152-185, 2016
- IV. **Dijital Çağ ve Tüketici Davranışına Etkileri**  
ÖZATA F. Z.  
Tüketici Davranışları, Emre Ozan Aksöz, Editör, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, ss.170-197, 2016
- V. **Deneyimsel Öğrenme ve Pazarlama Eğitimindeki Örnekleri**  
ÖZATA F. Z., AKGÜL D.  
Türkiye de Pazarlama Biliminin Akademik Tarihi, Muazzez Babacan, Editör, Beta Yayınevi, İstanbul, ss.212-230, 2016

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

### **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

- 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 Haziran 2021, ss.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, Türkiye, 13 - 16 Eylül 2018, ss.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, İspanya, 15 - 16 Kasım 2018, ss.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, Türkiye, 28 - 30 Eylül 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, İspanya, 8 - 09 Kasım 2017, ss.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, İspanya, 8 - 09 Kasım 2017, ss.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, İspanya, 26 - 27 Mayıs 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, Avusturya, 21 - 24 Haziran 2015, ss.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 Haziran 2015, ss.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 Haziran 2015, ss.283
- XI. **Ortak Tüketememek: Paylaşma Davranışını Engelleyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma**  
ÖZATA F. Z., ER İ., ÖZTÜRK S. A., AĞLARGÖZ F.  
20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, cilt.2, ss.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 Eylül 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, Türkiye, 23 - 25 Ocak 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 Eylül 2013, ss.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, İtalya, 16 Eylül 2012 - 19 Eylül 2013, ss.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, Türkiye, 22 - 24 Eylül 2010, ss.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 Eylül 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, Türkiye, 7 Ekim - 09 Eylül 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, İtalya, 26 - 28 Ekim 2009, ss.2044-2045

## **Desteklenen Projeler**

- Özata F. Z., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Kusurlu Ürün Krizlerinde Kullanılan Stratejilerin Markaya Yönelik Algılara Etkisi, 2019 - 2021
- ÖZATA F. Z., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Yeni Çağın Parmak Aktivistleri Slaktivistler: Profil Belirlemeye Yönelik Keşifsel Bir Araştırma, 2017 - 2019

ÖZATA F. Z., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Deneysel 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., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Yükseköğretim Öğrencileri Tarafından Mobil Öğrenmenin Benimsenmesini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi, 2013 - 2015

### **Bilimsel Dergilerdeki Faaliyetler**

Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Yardımcı Editör/Bölüm Editörü, 2022 - Devam Ediyor

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Yardımcı Editör/Bölüm Editörü, 2019 - Devam Ediyor

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yardımcı Editör/Bölüm Editörü, 2021 - 2022

### **Bilimsel Kuruluşlardaki Üyelikler / Görevler**

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği, Üye, 2009 - Devam Ediyor , Türkiye