

Asst. Prof. NUR ÖZER CANARSLAN

Personal Information

Email: nurozer@anadolu.edu.tr

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

International Researcher IDs

ScholarID: K6C3vzYAAAAJ

ORCID: 0000-0003-3091-6012

Yoksis Researcher ID: 104222

Education Information

Doctorate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), Turkey 2011 - 2017

Postgraduate, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (YI) (Tezli), Turkey 2008 - 2011

Undergraduate, Anadolu University, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İşletme Bölümü, Turkey 2003 - 2008

Foreign Languages

English, B2 Upper Intermediate

Dissertations

Doctorate, Online kitlesel bireyselleştirmede ürün değeri ve akış deneyiminin ödeme isteği ile satın alma olasılığına etkisi, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), 2017

Postgraduate, E-hizmet kalitesinin e-müşteri bağlılığına etkisi: Anadolu üniversitesi öğretim elemanları üzerine bir araştırma, Anadolu University, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (YI) (Tezli), 2011

Research Areas

Social Sciences and Humanities, Management, Marketing

Academic Titles / Tasks

Assistant Professor, Anadolu University, AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ, İKTİSADİ VE İDARİ PROGRAMLAR BÖLÜMÜ, 2018 - Continues

Research Assistant, Anadolu University, AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ, İKTİSADİ VE İDARİ PROGRAMLAR BÖLÜMÜ, 2009 - 2018

Courses

Endüstri Ürünleri Pazarlaması, Associate Degree, 2022 - 2023

Pazarlama İletişimi, Postgraduate, 2022 - 2023

STRATEJİK KÜRESEL PAZARLAMA, Postgraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019
SPOR PAZARLAMASI, Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022
Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri, Postgraduate, 2022 - 2023
MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, Postgraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021
ULUSLARARASI PAZARLAMA STRATEJİSİ, Postgraduate, 2021 - 2022
PERAKENDECİLİKTE ÜRÜN YÖNETİMİ, Associate Degree, 2021 - 2022
Genel İşletme, Undergraduate, 2018 - 2019

Advising Theses

Özer Canarlan N., Tüketici etnosentrik eğilimleri ve marka kişiliği algısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: TOGG ve Volvo markaları örneği, Postgraduate, C.KARADENİZ(Student), Continues
Özer Canarlan N., The effect of para-social relationship and influencer credibility on purchase intention in influencer marketing: A study on Tiktok followers., Postgraduate, M.Taqi(Student), Continues
Özer Canarlan N., Do Influencers Trigger Shopping Addiction? A Study on Influencer Followers on Social Media, Postgraduate, S.Vagıflı(Student), Continues
Özer Canarlan N., The Process of Destination Branding of Comores, Postgraduate, N.İbrahim(Student), Continues
Özer Canarlan N., K-pop, k-drama unsurlarının Türk tüketicilerin Kore ürünleri satın alma niyeti üzerine etkisi, Postgraduate, T.BORAZAN(Student), 2022
Özer Canarlan N., Assessing the challenges and prospects of micro, small, and medium enterprises development: In the case of Ethiopia, Postgraduate, H.TAHİR(Student), 2022

Articles Published in Other Journals

- I. **The Effect of Mothers' Utilitarian and Hedonic Purchase Motivations on Impulse Purchase Behavior in the Mother-Child Category**
ÖZER-CANARSLAN N., YILMAZ UZ C.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.23, no.3, pp.921-942, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Assessing The Challenges And Prospects of MSMEs Development: In The Case Of Ethiopia**
TAHİR AHMED H., ÖZER CANARSLAN N.
InTraders International Trade Academic Journal, vol.6, no.1, pp.1-25, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **REFLECTION OF THE HALLYU EFFECT ON TURKISH CONSUMERS' INTENTION TO PURCHASE KOREAN PRODUCTS**
Borazan Karadeniz T., Özer Canarlan N.
Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.23, no.4, pp.306-322, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Flow Experience and Consumer Willingness to Pay in Online Mass Customization Processes**
Özer Canarlan N., Barış G.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ONLINE MARKETING, vol.12, no.1, 2022 (ESCI)
- V. **HAVAYOLU HİZMET KALİTESİNİN YOLCU MEMNUNİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ**
Özer Canarlan N., Yılmaz Uz C.
JOURNAL OF TURKISH STUDIES, vol.14, no.4, pp.2905-2922, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Annelerin ve Hamilelerin Organik Gıda Satın Alma Davranışları**
Özer Canarlan N., Yılmaz Uz C.
Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.18, no.1, pp.457-478, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **MARKETING STRATEGIES FOR HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: TECHNOLOGICAL CONSIDERATIONS AND PRACTICES**
Özer Canarlan N.
TURKISH ONLINE JOURNAL OF DISTANCE EDUCATION, vol.19, no.4, pp.228-232, 2018 (ESCI)

- VIII. **Alışverişte "Akış Deneyimi"**
Özer Canarşlan N.
Brandmap Dergisi, vol.1, no.1, pp.102-104, 2018 (Non Peer-Reviewed Journal)
- IX. **REVIEW: Marketing Strategies for Higher Education Institutions: Technological Considerations and Practices.**
Özer Canarşlan N.
TURKISH ONLINE JOURNAL OF DISTANCE EDUCATION, vol.19, no.4, pp.230-232, 2018 (Scopus)
- X. **e-Ticaretin Geleceęi Kitlesel Bireyselleştirmede mi?**
Özer Canarşlan N.
Eticaret Çaęı Dergisi, vol.3, no.24, pp.22-23, 2018 (Non Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Kitlesel Bireyselleřtirilmiř Ürünler İçin Ödeme İstekliliği: Kadın Müřteriler Üzerine Bir Araştırma**
Özer Canarşlan N.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.8, no.2, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **A Comparison of Customers Responses to E Service Quality Statements Customer Encountered vs Not Encountered Problems**
ÖZER CANARSLAN N.
International Journal of Business and Social Science, vol.4, no.11, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Online Alışverişte Pareto Prensibi Out Uzun Kuyruk In**
Özer Canarşlan N.
Fortune Türkiye, pp.152-153, 2013 (Non Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

- I. **Online Alışverişin Yaratıcı Yolculuęu: Tüketicilerin Kendi Tasarladıkları Ürünlerde Akış Deneyimi**
ÖZER CANARSLAN N.
Eęitim Yayınevi, 2023
- II. **Pazarlama İletişiminde Sürdürülebilirlik: Vodafone Dijital Tarım Projesi Örneği**
DAL İ., ÖZER CANARSLAN N.
in: Güncel Geliřmeler Işığında İşletme Alanında Yeni Kavramlar, , Editor, Eęitim Yayınevi, pp.81-98, 2023
- III. **Annelerin Çocuklarına Yönelik Çevrimiçi İkinci El Ürün Satın Alma Motivasyonlarının İkinci El Ürünlere Karşı Tutumları ve Satın Alma Niyetlerine Etkisi**
ÖZER CANARSLAN N.
in: Disiplinlerarası Yaklaşımlarla Kadın alışmaları-2, İnci Erdoğan Tarakçı, Editor, EFE AKADEMİ, İstanbul, pp.265-284, 2023
- IV. **Dijital gösteriř alanı Instagram ve gösteriřçi tüketim**
Özer Canarşlan N.
in: Disiplinlerarası bir alan olarak dijitalleşme, Eroęlu Erhan,Ayaz Hakan, Editor, Eęitim Yayınevi, Ankara, pp.163-182, 2022
- V. **Sağlık kurumlarında müşteri ilişkileri yönetimi**
Özer Canarşlan N.
in: Sağlık kurumlarında güncel pazarlama araştırmaları, elik Bahar,Tor Kadioęlu Cansu, Editor, Efe Akademi, Ankara, pp.283-305, 2022
- VI. **Motivations and Emotions**
Özer Canarşlan N.
in: Consumer Behavior, Gülfidan Barış, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.26-54, 2020
- VII. **Bilgi sistemleri ile ilgili Kavramlar**
Özer Canarşlan N.
in: Bürolarda Temel Kavramlar, Öztürk Öznur, Editor, Aadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, pp.132-159, 2019
- VIII. **Product Management**
Özer Canarşlan N.

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

- I. **Brand Personalities of Emerging Virtual Influencers Aypere And Alara X in Turkey: An Analysis Using Aaker's Scale**
ÖZER CANARSLAN N.
CUMHURİYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES, 30 August 2023
- II. **The Humor of Inexplicable Things: A Qualitative Comparison Between Meme Marketing and Viral Marketing**
Bilecen O., ÖZER CANARSLAN N.
6th International CEO and Social Sciences Congress, Arizona, United States Of America, 16 June 2023
- III. **The Role of Humor in Successful Meme Marketing Campaigns: The Case Of Ryanair**
Bilecen O., ÖZER CANARSLAN N.
INTERNATIONAL ASIAN CONGRESS ON CONTEMPORARY SCIENCES – VIII, Turkey, 05 May 2023
- IV. **Tek Çocuklu ve Çok Çocuklu Annelerin Çocuklarına Yönelik Alışveriş Metaforları: Kelime Bulutu Analizi**
Özer Canarслан N.
Communication Economics Organization (CEO) International Congress, Jakarta, Indonesia, 04 December 2022, pp.553-561
- V. **Mobil Alışveriş Uygulamalarında Hizmet Kalitesinin Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkisi**
Özer Canarслан N.
Communication Economics Organization (CEO) International Congress, Jakarta, Indonesia, 09 December 2022, pp.544-552
- VI. **Female Customers Willingness to Pay for Mass Customized Dress**
ÖZER CANARSLAN N.
5th Annual Spain Business Research Conference, Barselona, Spain, 11 - 12 September 2017
- VII. **Türkiye nin Girişimcilik Haritası Açıköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**
BARAZ A. B., ÖZTÜRK Ö., ÖZER CANARSLAN N., ÇELİK M., ALTIN M.
3rd Annual International Conference on Turkey and Turkish Studies, 9 - 12 May 2016
- VIII. **Şehirlerin Markalaşma Sürecinde Marka İmajı Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma Sandıklı İlçesi Örneği**
ÖZER CANARSLAN N., BARIŞ G.
Markja Kent Sandıklı Sempozyumu, Sandıklı/Afyonkarahisar, Turkey, 15 - 17 October 2014
- IX. **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
- X. **Comparison of Customers Responses to e Service Quality Statements According to Their Status of Problem Experiencing During Online Shopping**
ÖZER CANARSLAN N.
2013 ISIS-Greece International Multidisciplinary Academic Conference, 13 - 15 June 2013
- XI. **The Effect Of e Service Quality On e Customer Loyalty A Research On Anadolu University Academic Staff**
ÖZER CANARSLAN N.
Business and Social Science Research Conference: Paris 2012, 26 - 29 December 2012

Supported Projects

ALTINPULLUK H., ÖZER CANARSLAN N., Project Supported by Higher Education Institutions, "Ustasından Öğren" Temalı Sinema ve TV Sektörü Sertifika Programlarının Tasarımı, Geliştirilmesi, Uygulanması ve Değerlendirilmesi- Ustasından Öğren, 2019 - 2020

KOCAMAN M., ÖZTÜRK Ö., BARAZ A. B., ÇELİK KEÇİLİ M., ÖZER CANARSLAN N., Project Supported by Higher Education Institutions, Türkiye nin Girişimcilik Haritası Açıköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, 2015 - 2016

ÖZER CANARSLAN N., Other International Funding Programs, A Multiplatform M Learning System for More Qualified Courses in the ICT Era MMSQC Bilgi ve İletişim Teknolojileri Döneminde Daha Kaliteli Dersler İçin Çoklu Platforma Sahip Mobil Öğrenme Sistemi Proje no TR 012012 KP18, 2012 - 2013