

Dr. Öğr. Üyesi NUR ÖZER CANARSLAN

Kişisel Bilgiler

E-posta: nurozer@anadolu.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ScholarID: K6C3vzYAAAAJ

ORCID: 0000-0003-3091-6012

Yoksis Araştırmacı ID: 104222

Eğitim Bilgileri

Doktora, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (Dr), Türkiye 2011 - 2017

Yüksek Lisans, Anadolu Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, Pazarlama (YI) (Tezli), Türkiye 2008 - 2011

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İşletme Bölümü, Türkiye 2003 - 2008

Yabancı Diller

İngilizce, B2 Orta Üstü

Yaptığı Tezler

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

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

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, İşletme, Pazarlama

Akademik Unvanlar / Görevler

Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ, İKTİSADİ VE İDARİ PROGRAMLAR BÖLÜMÜ, 2018 - Devam Ediyor

Araştırma Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ, İKTİSADİ VE İDARİ PROGRAMLAR BÖLÜMÜ, 2009 - 2018

Verdiği Dersler

Endüstri Ürünleri Pazarlaması, Ön Lisans, 2022 - 2023

Pazarlama İletişimi, Yüksek Lisans, 2022 - 2023

STRATEJİK KÜRESEL PAZARLAMA, Yüksek Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019
SPOR PAZARLAMASI, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022
Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri, Yüksek Lisans, 2022 - 2023
MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, Yüksek Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021
ULUSLARARASI PAZARLAMA STRATEJİSİ, Yüksek Lisans, 2021 - 2022
PERAKENDECİLİKTE ÜRÜN YÖNETİMİ, Ön Lisans, 2021 - 2022
Genel İşletme, Lisans, 2018 - 2019

Yönetilen Tezler

Özer Canarlan N., Tüketici etnosentrik eğilimleri ve marka kişiliği algısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: TOGG ve Volvo markaları örneği, Yüksek Lisans, C.KARADENİZ(Öğrenci), Devam Ediyor
Özer Canarlan N., Fenomen pazarlamada para-sosyal ilişki ve fenomen güvenilirliğinin satın alma niyetine etkisi: Tiktok takipçileri üzerine bir çalışma, Yüksek Lisans, M.Taqı(Öğrenci), Devam Ediyor
Özer Canarlan N., Influencer'lar Alışveriş Bağımlılığını Tetikliyor mu? Sosyal Medyada Influencer Takipçileri Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans, S.Vagıflı(Öğrenci), Devam Ediyor
Özer Canarlan N., Destinasyon markası olma sürecinde Komorlar, Yüksek Lisans, N.İbrahim(Öğrenci), Devam Ediyor
Özer Canarlan N., K-pop, k-drama unsurlarının Türk tüketicilerin Kore ürünleri satın alma niyeti üzerine etkisi, Yüksek Lisans, T.BORAZAN(Öğrenci), 2022
Özer Canarlan N., Assessing the challenges and prospects of micro, small, and medium enterprises development: In the case of Ethiopia, Yüksek Lisans, H.TAHİR(Öğrenci), 2022

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **Annelerin Anne-Çocuk Kategorisinde Faydacı ve Hedonik Satın Alma Motivasyonlarının Anlık Satın Alma Davranışları Üzerine Etkisi**
ÖZER-CANARSLAN N., YILMAZ UZ C.
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.23, sa.3, ss.921-942, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.6, sa.1, ss.1-25, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.23, sa.4, ss.306-322, 2022 (Hakemli Dergi)
- IV. **Flow Experience and Consumer Willingness to Pay in Online Mass Customization Processes**
Özer Canarlan N., Barış G.
INTERNATIONAL JOURNAL OF ONLINE MARKETING, cilt.12, sa.1, 2022 (ESCI)
- V. **HAVAYOLU HİZMET KALİTESİNİN YOLCU MEMNUNİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ**
Özer Canarlan N., Yılmaz Uz C.
JOURNAL OF TURKISH STUDIES, cilt.14, sa.4, ss.2905-2922, 2019 (Hakemli Dergi)
- VI. **Annelerin ve Hamilelerin Organik Gıda Satın Alma Davranışları**
Özer Canarlan N., Yılmaz Uz C.
Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.18, sa.1, ss.457-478, 2019 (Hakemli Dergi)
- VII. **MARKETING STRATEGIES FOR HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: TECHNOLOGICAL CONSIDERATIONS AND PRACTICES**
Özer Canarlan N.
TURKISH ONLINE JOURNAL OF DISTANCE EDUCATION, cilt.19, sa.4, ss.228-232, 2018 (ESCI)
- VIII. **Alışverişte "Akış Deneyimi"**

- Özer Canarşlan N.
Brandmap Dergisi, cilt.1, sa.1, ss.102-104, 2018 (Hakemsiz Dergi)
- IX. **REVIEW: Marketing Strategies for Higher Education Institutions: Technological Considerations and Practices.**
Özer Canarşlan N.
TURKISH ONLINE JOURNAL OF DISTANCE EDUCATION, cilt.19, sa.4, ss.230-232, 2018 (Scopus)
- X. **e-Ticaretin Geleceği Kitlesel Bireyselleştirmede mi?**
Özer Canarşlan N.
Eticaret Çağı Dergisi, cilt.3, sa.24, ss.22-23, 2018 (Hakemsiz Dergi)
- XI. **Kitlesel Bireyselleştirilmiş Ürünler İçin Ödeme İstekliliği: Kadın Müşteriler Üzerine Bir Araştırma**
Özer Canarşlan N.
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, cilt.8, sa.2, 2017 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.4, sa.11, 2013 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Online Alışverişte Pareto Prensibi Out Uzun Kuyruk In**
Özer Canarşlan N.
Fortune Türkiye, ss.152-153, 2013 (Hakemsiz Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Online Alışverişin Yaratıcı Yolculuğu: Tüketicilerin Kendi Tasarladıkları Ürünlerde Akış Deneyimi**
ÖZER CANARSLAN N.
Eğitim Yayınevİ, 2023
- II. **Pazarlama İletişiminde Sürdürülebilirlik: Vodafone Dijital Tarım Projesi Örneği**
DAL İ., ÖZER CANARSLAN N.
Güncel Gelişmeler Işığında İşletme Alanında Yeni Kavramlar, , Editör, Eğitim Yayınevi, ss.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.
Disiplinlerarası Yaklaşımlarla Kadın alışmaları-2, İnci Erdoğan Tarakçı, Editör, EFE AKADEMİ, İstanbul, ss.265-284, 2023
- IV. **Dijital gösteriş alanı Instagram ve gösterişçi tüketim**
Özer Canarşlan N.
Disiplinlerarası bir alan olarak dijitalleşme, Eroğlu Erhan,Ayaz Hakan, Editör, Eğitim Yayınevi, Ankara, ss.163-182, 2022
- V. **Sağlık kurumlarında müşteri ilişkileri yönetimi**
Özer Canarşlan N.
Sağlık kurumlarında güncel pazarlama araştırmaları, elik Bahar,Tor Kadioğlu Cansu, Editör, Efe Akademi, Ankara, ss.283-305, 2022
- VI. **Motivations and Emotions**
Özer Canarşlan N.
Consumer Behavior, Gülfidan Barış, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.26-54, 2020
- VII. **Bilgi sistemleri ile ilgili Kavramlar**
Özer Canarşlan N.
Bürolarda Temel Kavramlar, Öztürk Öznur, Editör, Aadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, ss.132-159, 2019
- VIII. **Product Management**
Özer Canarşlan N.
Marketing Management, Barış, Gülfidan, Editör, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.30-58, 2019

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- I. **Brand Personalities of Emerging Virtual Influencers Aypera And Alara X in Turkey: An Analysis Using Aaker's Scale**
ÖZER CANARSLAN N.
CUMHURİYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES, 30 Ağustos 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, Amerika Birleşik Devletleri, 16 Haziran 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, Türkiye, 05 Mayıs 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, Endonezya, 04 Aralık 2022, ss.553-561
- V. **Mobil Alışveriş Uygulamalarında Hizmet Kalitesinin Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkisi**
Özer Canarслан N.
Communication Economics Organization (CEO) International Congress, Jakarta, Endonezya, 09 Aralık 2022, ss.544-552
- VI. **Female Customers Willingness to Pay for Mass Customized Dress**
ÖZER CANARSLAN N.
5th Annual Spain Business Research Conference, Barselona, İspanya, 11 - 12 Eylül 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 Mayıs 2016
- VIII. **Şehirlerin Markalaşma Sürecinde Marka İmajı Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma Sandıklı İlçesi Örneği**
ÖZER CANARSLAN N., BARIŞ G.
Markça Kent Sandıklı Sempozyumu, Sandıklı/Afyonkarahisar, Türkiye, 15 - 17 Ekim 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, Türkiye, 23 - 25 Ocak 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 Haziran 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 Aralık 2012

Desteklenen Projeler

ALTINPULLUK H., ÖZER CANARSLAN N., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, "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., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Türkiye nin Girişimcilik Haritası Açıköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, 2015 - 2016
ÖZER CANARSLAN N., Diğer Uluslararası Fon Programları, 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