

## 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, C1 Advanced

### Dissertations

Doctorate, Online kitlesele 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

#### Doctorate

Özel pazarlama konuları, Doctorate, 2024 - 2025

## Postgraduate

Pazarlama İletişimi, Postgraduate, 2024 - 2025, 2023 - 2024, 2022 - 2023

UZM 701 Uzmanlık Alan Dersi, Postgraduate, 2024 - 2025, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022

STRATEJİK KÜRESEL PAZARLAMA, Postgraduate, 2024 - 2025, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019

ULUSLARARASI PAZARLAMA STRATEJİSİ, Postgraduate, 2024 - 2025, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022

İŞL 770 Seminer, Postgraduate, 2024 - 2025

TEZ 700 Tez, Postgraduate, 2024 - 2025, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

PZY 516 Dönem Projesi, Postgraduate, 2024 - 2025, 2023 - 2024, 2022 - 2023

KİL 503 Dönem Projesi, Postgraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022

Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri, Postgraduate, 2022 - 2023

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, Postgraduate, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

## Undergraduate

Genel İşletme, Undergraduate, 2018 - 2019

## Associate Degree

Endüstri Ürünleri Pazarlaması, Associate Degree, 2024 - 2025, 2023 - 2024, 2022 - 2023

SPOR PAZARLAMASI, Associate Degree, 2024 - 2025, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022

PERAKENDECİLİKTE ÜRÜN YÖNETİMİ, Associate Degree, 2024 - 2025, 2023 - 2024, 2022 - 2023, 2021 - 2022

## Supervised Theses

Özer Canarslan N., "The Role of Meme Marketing in Popular Culture Transmission: Targeting and Interaction Strategies for Generation Z", Postgraduate, O.Bilecen(Student), Continues

Özer Canarslan N., Tüketici etnosentrik eğilimleri ve marka kişiliği algısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: TOGG ve volvo örneği, Postgraduate, C.KARADENİZ(Student), 2024

Özer Canarslan N., Etkileyici pazarlamada parasosyal etkileşim ve fenomengüvenilirliğinin satın alma niyetine etkisi: TikTok takipçileri üzerine bir çalışma, Postgraduate, M.TAQI(Student), 2024

Özer Canarslan N., Sosyal medya fenomenlerine bağlılığın çevrimiçi kompulsif satın almaya etkisi, Postgraduate, S.VAGIFLI(Student), 2024

Özer Canarslan N., K-pop, k-drama unsurlarının Türk tüketicilerin Kore ürünleri satın alma niyeti üzerine etkisi, Postgraduate, T.BORAZAN(Student), 2022

Özer Canarslan N., Assessing the challenges and prospects of micro, small, and medium enterprises development: In the case of Ethiopia, Postgraduate, H.TAHIR(Student), 2022

## Advising Graduates (Non-Thesis)

Özer Canarslan N., Yapay Zeka ile Pazarlamanın Müşteri Davranışları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi, Masters (Non-Thesis), S.Çağrı(Student), 2025

Özer Canarslan N., Çin Elektrikli Araç Pazarında Dijital Pazarlamanın Rekabet ve Tüketici Davranışlarına Etkisi: ABD ve Yerel Markalar Analizi, Masters (Non-Thesis), Y.Emre(Student), 2025

Özer Canarslan N., Efsane Kasım İndirimlerinde Online Alışveriş Sitelerinin Reklam Stratejilerinin İçerik Analizi, Masters (Non-Thesis), A.Ceren(Student), 2025

Özer Canarslan N., KURUM KÜLTÜRÜ VE MARKA KİMLİĞİNİN İHRACAT PERFORMANSINA ETKİSİNİN ÖRNEK ÜZERİNE İNCELENMESİ: VİSAM PLASTİK A.Ş. ÖRNEĞİ, Masters (Non-Thesis), E.GARBELLA(Student), 2024

Özer Canarslan N., MARKA DEĞERİNİN MÜŞTERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE KARŞILAŞTIRMASI, Masters (Non-Thesis), R.JAVADOV(Student), 2023

Özer Canarslan N., İnovasyonun İşletmelerin Sürdürülebilir Rekabet Avantajını Elde Etmedeki Rolü, Masters (Non-Thesis), H.Gençtürk(Student), 2023

Özer Canarslan N., Bankacılık Sektöründe Müşteri İlişkileri Yönetiminin Kurum İtibarı Üzerindeki Önemi, Masters (Non-

Thesis), E.Elmas(Student), 2023

Özer Canarşlan N., KAMU GÖREVLİLERİ ÜZERİNDE MOBBINGİN ETKİSİ: KKTC İÇİŞLERİ BAKANLIĞI ANALİZİ, Masters (Non-Thesis), E.Uzun(Student), 2022

Özer Canarşlan N., TELEVİZYON REKLAMLARINDA KULLANILAN ARKETİPLER VE BANKA REKLAMLARINDAKİ UYGULAMALARI, Masters (Non-Thesis), H.Özharıkçı(Student), 2022

Özer Canarşlan N., Türk Televizyonlarında Kadının Konumlandırılması Molped Reklamı Örneği , Masters (Non-Thesis), S.Levat(Student), 2022

Özer Canarşlan N., KUŞAKLARARASI ÇATIŞMANIN PAZARLAMA YÖNTEMLERİNE ETKİSİ – Z KUŞAĞI VE BANKACILIK SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ, Masters (Non-Thesis), G.Abdurakhmanova(Student), 2022

## Jury Memberships

Post Graduate, Post Graduate, Anadolu Üniversitesi, July, 2024

## Articles Published in Other Journals

- I. **Online alışverişte kıtlık etkisi, FOMO ve sürü davranışının anlık satın alma üzerindeki rolü.**  
Özer Canarşlan N.  
Business & Management Studies: An International Journal, vol.13, no.1, pp.243-262, 2025 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Does Envy, Self Esteem and Social Norms on Instagram Lead to Conspicuous Consumption and Overspending?**  
UZ C. Y., CANARŞLAN N. Ö.  
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.11, no.2, pp.633-658, 2024 (ESCI)
- III. **The Effect of Mothers' Utilitarian and Hedonic Purchase Motivations on Impulse Purchase Behavior in the Mother-Child Category**  
Özer-Canarşlan N., Yılmaz Uz C.  
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.23, no.3, pp.921-942, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Assessing The Challenges And Prospects of MSMEs Development: In The Case Of Ethiopia**  
TAHİR AHMED H., ÖZER CANARŞLAN N.  
InTraders International Trade Academic Journal, vol.6, no.1, pp.1-25, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **REFLECTION OF THE HALLYU EFFECT ON TURKISH CONSUMERS' INTENTION TO PURCHASE KOREAN PRODUCTS**  
Borazan Karadeniz T., Özer Canarşlan N.  
Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.23, no.4, pp.306-322, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Flow Experience and Consumer Willingness to Pay in Online Mass Customization Processes**  
Özer Canarşlan N., Barış G.  
INTERNATIONAL JOURNAL OF ONLINE MARKETING, vol.12, no.1, 2022 (ESCI)
- VII. **HAVAYOLU HİZMET KALİTESİNİN YOLCU MEMNUNİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ**  
Özer Canarşlan N., Yılmaz Uz C.  
JOURNAL OF TURKISH STUDIES, vol.14, no.4, pp.2905-2922, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **Annelerin ve Hamilelerin Organik Gıda Satın Alma Davranışları**  
Özer Canarşlan N., Yılmaz Uz C.  
Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.18, no.1, pp.457-478, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **MARKETING STRATEGIES FOR HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: TECHNOLOGICAL CONSIDERATIONS AND PRACTICES**  
Özer Canarşlan N.  
TURKISH ONLINE JOURNAL OF DISTANCE EDUCATION, vol.19, no.4, pp.228-232, 2018 (ESCI)
- X. **Alışverişte "Akış Deneyimi"**

- Özer Canarşlan N.  
Brandmap Dergisi, vol.1, no.1, pp.102-104, 2018 (Non Peer-Reviewed Journal)
- XI. **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)
- XII. **e-Ticaretin Geleceği Kitlesele Bireyselleştirmede mi?**  
Özer Canarşlan N.  
Eticaret Çağı Dergisi, vol.3, no.24, pp.22-23, 2018 (Non Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Kitlesele Bireyselleştirilmiş Ürünler İçin Ödeme İstekliliği: Kadın Müşteriler Üzerine Bir Araştırma**  
Özer Canarşlan N.  
Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, vol.8, no.2, 2017 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **A Comparison of Customers Responses to E Service Quality Statements Customer Encountered vs Not Encountered Problems**  
Özer Canarşlan N.  
International Journal of Business and Social Science, vol.4, no.11, 2013 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Online Alışverişte Pareto Prensibi Out Uzun Kuyruk In**  
Özer Canarşlan N.  
Fortune Türkiye, pp.152-153, 2013 (Non Peer-Reviewed Journal)
- XVI. **Algılama ve Pazarlama Uygulamaları**  
ÖZER CANARŞLAN N.  
PARADOKS, Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, (e-dergi), vol.5, no.1, 2009 (Peer-Reviewed Journal)

## Books

- I. **MAVİ OKYANUS STRATEJİSİ TEORİSİ**  
Özer Canarşlan N.  
in: Tüketici Davranışlarında Kullanılan Teoriler, ARMUTCU BARIş,TAN AHMET, Editor, Eğitim Yayınevİ, Konya, pp.355-369, 2024
- II. **Online Alışverişin Yaratıcı Yolculuğu: Tüketicilerin Kendi Tasarladıkları Ürünlerde Akış Deneyimi**  
ÖZER CANARŞLAN N.  
Eğitim Yayınevİ, 2023
- III. **Pazarlama İletişiminde Sürdürülebilirlik: Vodafone Dijital Tarım Projesi Örneği**  
DAL İ., ÖZER CANARŞLAN N.  
in: Güncel Gelişmeler Işığında İşletme Alanında Yeni Kavramlar, , Editor, Eğitim Yayınevi, pp.81-98, 2023
- IV. **Annelerin Çocuklarına Yönelik Çevrimiçi İkinci El Ürün Satın Alma Motivasyonlarının İkinci El Ürünlere Karşı Tutumları ve Satın Alma Niyetlerine Etkisi**  
ÖZER CANARŞLAN N.  
in: Disiplinlerarası Yaklaşımlarla Kadın alışmaları-2, İnci Erdoğan Tarakçı, Editor, EFE AKADEMİ, İstanbul, pp.265-284, 2023
- V. **Dijital gösteriş alanı Instagram ve gösterişçi tüketim**  
Özer Canarşlan N.  
in: Disiplinlerarası bir alan olarak dijitalleşme, Eroğlu Erhan,Ayaz Hakan, Editor, Eğitim Yayınevi, Ankara, pp.163-182, 2022
- VI. **Sağlık kurumlarında müşteri ilişkileri yönetimi**  
Özer Canarşlan N.  
in: Sağlık kurumlarında güncel pazarlama araştırmaları, elik Bahar,Tor Kadioğlu Cansu, Editor, Efe Akademi, Ankara, pp.283-305, 2022
- VII. **Motivations and Emotions**  
Özer Canarşlan N.

in: Consumer Behavior, Gülfidan Barış, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.26-54, 2020

**VIII. Product Management**

Özer Canarşlan N.

in: Marketing Management, Barış, Gülfidan, Editor, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, pp.30-58, 2019

**IX. Bilgi sistemleri ile ilgili Kavramlar**

Özer Canarşlan N.

in: Bürolarda Temel Kavramlar, Öztürk Öznur, Editor, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, pp.132-159, 2019

## **Papers Published in Refereed Scientific Meetings**

- I. **"ETKİLEYİCİ PAZARLAMADA PARASOSYAL ETKİLEŞİM VE FENOMEN GÜVENİLİRLİĞİNİN SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ: TIKTOK TAKİPÇİLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA"**  
Özer Canarşlan N., Mohaby M. T.  
ICHEAS 8th International Conference On Humanity and Social Sciences, Rome, Italy, 15 - 17 November 2024, pp.1-8
- II. **Brand Personalities of Emerging Virtual Influencers Aypera And Alara X in Turkey: An Analysis Using Aaker's Scale**  
ÖZER CANARŞLAN N.  
CUMHURİYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES, 30 August 2023
- III. **The Humor of Inexplicable Things: A Qualitative Comparison Between Meme Marketing and Viral Marketing**  
Bilecen O., ÖZER CANARŞLAN N.  
6th International CEO and Social Sciences Congress, Arizona, United States Of America, 16 June 2023
- IV. **The Role of Humor in Successful Meme Marketing Campaigns: The Case Of Ryanair**  
Bilecen O., Özer Canarşlan N.  
INTERNATIONAL ASIAN CONGRESS ON CONTEMPORARY SCIENCES – VIII, Aksaray, Turkey, 05 May 2023
- V. **Mobil Alışveriş Uygulamalarında Hizmet Kalitesinin Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkisi**  
Özer Canarşlan N.  
Communication Economics Organization (CEO) International Congress, Jakarta, Indonesia, 09 December 2022, pp.544-552
- VI. **Tek Çocuklu ve Çok Çocuklu Annelerin Çocuklarına Yönelik Alışveriş Metaforları: Kelime Bulutu Analizi**  
Özer Canarşlan N.  
Communication Economics Organization (CEO) International Congress, Jakarta, Indonesia, 04 December 2022, pp.553-561
- VII. **Female Customers Willingness to Pay for Mass Customized Dress**  
ÖZER CANARŞLAN N.  
5th Annual Spain Business Research Conference, Barsełona, Spain, 11 - 12 September 2017
- VIII. **Türkiye nin Girişimcilik Haritası Açıköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**  
BARAZ A. B., ÖZTÜRK Ö., ÖZER CANARŞLAN N., ÇELİK M., ALTIN M.  
3rd Annual International Conference on Turkey and Turkish Studies, 9 - 12 May 2016
- IX. **Şehirlerin Markalaşma Sürecinde Marka İmajı Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma Sandıklı İlçesi Örneği**  
Özer Canarşlan N., Barış G.  
Marka Kent Sandıklı Sempozyumu, Afyonkarahisar, Turkey, 15 - 17 October 2014, pp.84-100
- X. **Açık ve Uzaktan Öğrenim Gören Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ortamları Kullanma Becerileri Anadolu Üniversitesi Örneği**  
ÖZDAMAR N., BANAR K., ÖZER CANARŞLAN N., ÖZATA F. Z.  
Akademik Bilişim 2013, Turkey, 23 - 25 January 2013
- XI. **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

XII. **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., ÇELİK KEÇİLİ M., ÖZER CANARSLAN N., BARAZ A. B., 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

## **Peer Reviews in Scientific Publications**

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, National Scientific Refreed Journal, October 2023

Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, National Scientific Refreed Journal, May 2023

Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, National Scientific Refreed Journal, August 2022

Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, National Scientific Refreed Journal, August 2022

Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi e-Dergi, National Scientific Refreed Journal, July 2022

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, National Scientific Refreed Journal, March 2022

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, National Scientific Refreed Journal, March 2022

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, National Scientific Refreed Journal, July 2020

Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, National Scientific Refreed Journal, July 2020

## **Scientific Project Refereeing**

Project Supported by Higher Education Institutions, BAP Research Project, April 2024

## **Congress and Symposium Activities**

5th "International CEO (Communication, Economics, Organization) Social Sciences Congress (CEO SSC), Moderator, Jakarta, Indonesia, 2022