

# ALPER ÖZER

## PROFESÖR

**E-Posta Adresi** : ozer@politics.ankara.edu.tr  
**Telefon (İş)** : 3125951321-  
**Telefon (Cep)** : 5056789676  
**Faks** :  
**Adres** : Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Z-12 Nolu Oda, Cebeci, Ankara

### Öğrenim Bilgisi

Doktora 1997 2004	ANKARA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ/İŞLETME (DR)
Yüksek Lisans 1994 1996	University of New Haven MBA
Lisans 1988 1992	ANADOLU ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/İŞLETME PR.

### Görevler

PROFESÖR 2017	ANKARA ÜNİVERSİTESİ/SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI)
DOÇENT 2011	ANKARA ÜNİVERSİTESİ/SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ/ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI)

### Yönetilen Tezler

#### Yüksek Lisans

2017

1. ARIKAN ÖZGE, (2017). Kolektif benlik saygısının gösteriş amaçlı tüketim üzerindeki etkisinin incelenmesi, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı
2. ALKAÇIR GÜLARA, (2017). Algılanan şehir imajı ve destinasyon kişilik özelliklerinin destinasyon seçimine etkisi, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2015

3. KILIÇ BURÇIN CEMİLE, (2015). Müşteri ilişkileri yönetiminin algılanan kalite tatmin ve marka sadakatine etkisi, Bahçeşehir Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Yönetimi Anabilim Dalı

4. KÖSE NİLÜFER, (2015). Marka güveni, müşteri memnuniyeti ve algılanan hizmet kalitesinin marka sadakati üzerine etkisi, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2013

5. ÖZER MEHMET, (2013). Parasal ve parasal olmayan satış tutundurmanın marka değerine etkisi, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2012

6. ÇETİN KARATEKİN MERVE, (2012). Müşteri sadakati yaratma sürecinde müşteri değeri ve müşteri tatmininin rolü: Telekomünikasyon sektöründe bir uygulama, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

7. AYHAN ESRA, (2012). Tersine lojistik süreci ve işletmelerde uygulanması üzerine bir çalışma, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

8. DOVGANIUC OLGA, (2012). Gösteriş amaçlı ürünlerin satın alınmasında ülke orijini etkisi, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2011

9. ASAN SEMRA NEŞE, (2011). Ülke imajı ve marka imajı etkilerinin değerlendirilmesi ve satın alma kararı üzerindeki etkileri, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

10. ABDRAKHMANOVA NİGARA, (2011). Rekabet ortamında müşteri ve yenilik odaklılığın KOBİ'lerin performansına etkileri: Kazakistan örneği, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2010

11. YAĞAN EVRİM, (2010). İlişki pazarlaması uygulamalarının müşteri sadakati yaratmadaki rolü, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

12. BEGEN RUSLAN, (2010). KOBİ'lerin Pazarlama Faaliyetlerinde İnternet Kullanımı: Kazakistan Uygulaması, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Pazarlama Anabilim Dalı

13. ÇAMLI UĞUR, (2010). Yeniliğin müşteri sadakati üzerindeki etkileri; turizm sektörüne yönelik bir araştırma, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2009

14. DEMİRKAN MEHMET ALİ, (2009). Türkiye'deki ve Avrupadaki futbol takımlarının web adreslerinin pazarlama açısından içerik analizi, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

15. ÖZGÜL HATİCE, (2009). Marka yerleştirmenin tüketicilerin hatırlama düzeyine etkisi, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

16. DAULBAYEVA ASSEL, (2009). Uluslararası pazarlara girişte ortak girişimlerin başarısını etkileyen etkenler, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

17. VALİYEVA KÖNÜL, (2009). Türk bankacılık sektöründe müşteri ilişkileri yönetiminin müşteri payının artırılmasına etkisi, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2008

18. ÇELİKKANAT DİDEM, (2008). Organik tüketicilerin kişisel değerler çerçevesinde sınıflandırılması, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2007

19. SABAH KIYAN ŞENAY, (2007). Finansal hizmet işletmelerinde marka değeri belirleyicilerinin çalışanlar özelinde değerlendirilmesi, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

## Doktora

2017

20. DOVGANIUC OLGA, (2017). Fonksiyonel ve sembolik faydanın marka genişletmesine yönelik tüketici tutumları üzerindeki etkisi: İlgilenim ve yenilikçiliğin rolü, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

2011

21. SABAH KIYAN ŞENAY, (2011). Pazar oluşturmada işletme sınırlarının etkileri, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

22. GÖKBULUT ÖZGE, (2011). Fırsatı algılama ve değerlendirme sürecinde bilişsel faktörlerin ve kurumsal çevre faktörlerinin yeniliğin değerine etkisi, Ankara Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İşletme Anabilim Dalı

## Projelerde Yaptığı Görevler:

1. Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Bakım, Temizlik ve Sağlık Sektörü Analizi Projesi, Diğer (Ulusal), Araştırmacı:ÖZGÜL CAN GİRAY,Yürütücü:ÖZER ALPER,Araştırmacı:Kaya Ahmet,Yürütücü:SAYILGAN GÜVEN, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, , 12/06/2017 (Devam Ediyor) (ULUSAL)

## İdari Görevler

---

Enstitü Yönetim Kurulu üyeliği	ANKARA ÜNİVERSİTESİ/SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
2016	
Bölüm Başkan Yardımcısı	ANKARA ÜNİVERSİTESİ/SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ/İŞLETME BÖLÜMÜ
2013	

---

## Eserler

### Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. DÖLARSLAN EMRE ŞAHİN,KOÇAK FETHULLAH AKIN,ÖZER ALPER (2017). "BATS ARE BLIND?" COGNITIVE BIASES IN RISK PERCEPTION OF ENTREPRENEURS. Journal of Developmental Entrepreneurship, 20(1), 1-13., Doi: <https://doi.org/10.1142/S1084946717500212> (Yayın No: 3829140)
2. TOKAY ARGAN MEHPARE,ARGAN METİN,ÖZER ALPER (2016). A Netnographic Study on Virtual Community of Patients with Spinal Cord Injury SCI in Turkey. Journal of Internet Applications Management, 7(1), 31-43. (Yayın No: 3166945)
3. MORRIS MICHAEL,KOÇAK FETHULLAH AKIN,ÖZER ALPER (2007). Coopetition as a Small Business Strategy Implications for Performance. Journal of Small Business Strategy, 18(1), 35-55. (Yayın No: 815599)
4. Koçak A, T Abimbola, A Özer (2007). Consumer Brand Equity in a Cross Cultural Replication An Evaluation of a Scale. Journal of Marketing Management, 23, 157-173. (Yayın No: 815952)
5. Özer A, A Koçak, O Çelik (2006). Determinants of Market Orientation in Accounting Firms. Marketing Intelligence and Planning, 24(6), 591-607. (Yayın No: 816433)
6. ÖZER ALPER,ARGAN METİN (2006). Licensed Team Merchandise Buying Behavior A Study on Turkish Fans. Innovative Marketing, 2(4), 117-130. (Yayın No: 3142641)

### B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler :

1. DÖLARSLAN EMRE ŞAHİN,KOÇAK FETHULLAH AKIN,ÖZER ALPER (2016). Bats are blind Cognitive Biases in Risk Perception of Entrepreneurs. IAMB, International Academy of Management and Business, 2016 the 21st Conference (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3142760)
2. ARGAN METİN,TOKAY ARGAN MEHPARE,ÖZER ALPER,DÖLARSLAN EMRE ŞAHİN (2016). Sale and Competition Effect of Team Icons As Mascot and Nicknames Fan Based Study in Turkey. International Academic Conference on Management, Economics and Marketing in Budapest 2016 (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3142896)
3. ARGAN METİN,TOKAY ARGAN MEHPARE,ÖZER ALPER (2016). Knowledge and Experiences in Virtual Health Community A Netnography Study. Twelfth International Conference on Technology, Knowledge & Society (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:3142838)
4. ÖZER ALPER,ARGAN METİN,TOKAY ARGAN MEHPARE,DÖLARSLAN EMRE ŞAHİN (2016). The Effect of Facebook User Involvement on Social Network Loyalty Mediating Role of Satisfaction. International Academic Conference on Management, Economics and Marketing in Budapest 2016 (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3142873)
5. TOKAY ARGAN MEHPARE,ARGAN METİN,ÖZER ALPER (2015). Locked Lives A Netnographic Study on Virtual Community of Patients with Spinal Cord Paralysis in Turkey. 21st Qualitative Health Research Conference (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3142928)
6. ARGAN METİN,ÖZER ALPER,TOKAY ARGAN MEHPARE (2015). Big Data in Public Health Context of Social Marketing A Case Study Regarding The Ebola Outbreak. The 3rd IBEA-International Conference on Business, Economics and Accounting (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3142985)
7. Alper Özer, Akın Koçak, Emre Şahin Dölarслан (2013). The Impact of Political Animosity on Consumers Willingness to Buy Foreign Products. EMAC 2013 European Marketing Academy (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:818458)
8. TOKAY ARGAN MEHPARE,ARGAN METİN,ÖZER ALPER,KÖSE HÜSEYİN (2013). A Study of Motivational Factors Associated With Peer to Peer P2P File Sharing. 9th International Strategic Management Conference, 9th International Strategic Management Conference Conference (Tam

9. ÖZER ALPER,TOKAY ARGAN MEHPARE,ARGAN METİN (2013). The effect of mobile service quality dimensions on customer satisfaction. 9th International Strategic Management Conference Conference (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3143069)
10. SABAH ŞENAY,KOÇAK FETHULLAH AKIN,ÖZER ALPER (2013). The Impact Cognition on New Value Creation within the Institutional Theory Perspective. 33rd Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC) (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3143006)
11. ARGAN METİN,ÖZER ALPER,KÖSE HÜSEYİN (2010). Soccer Betting as a Tool of Team Marketing A Study on Turkish Bettors. 8th Annual Conference of the Sport Marketing Association (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3165856)
12. TOKAY ARGAN MEHPARE,ARGAN METİN,ÖZER ALPER (2010). Word of Mouth WOM in Health Care Marketing A Study on Dimensions of WOM towards Physicians. 6th International Strategic Management Conference (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3165938)
13. SUHER HASAN KEMAL,ARGAN METİN,ÖZER ALPER (2008). Does The Event Make Difference for Marketing Purposes Attitudes of Turkish Audiences Toward Formula One Sponsors. IABD's 20th Annual Meeting (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3166074)
14. ARGAN METİN,SUHER HASAN KEMAL,ÖZER ALPER,AKIN ERKAN,TOKAY ARGAN MEHPARE (2007). Game Players Attitudes Towards Product Placement in Computer Game A Case From Turkey. Second International Symposium of New Technologies in Sports (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3166708)
15. ÖZER ALPER,ARGAN METİN,SUHER HASAN KEMAL,AKIN ERKAN,TOKAY ARGAN MEHPARE (2007). Game Quality A Study on Turkish Game Players. Second International Symposium of New Technologies in Sports (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3166799)
16. KOÇAK FETHULLAH AKIN,ÖZER ALPER,MORRIS MICHAEL (2006). Developing and Validating a Coopetition Scale for Turkish Small Business. Proc. 2. Workshop on Coopetition Strategy (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3166476)

### C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

#### C1. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar:

1. Bir Marka Stratejisi Ürün Hattının Genişletilmesi (2016)., ÖZER ALPER, Siyasal Kitabevi, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 273, ISBN:978-605-9221-35-1, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 2897118)
2. Türkiye de Girişimcilik Potansiyeli Çerçevesinde Yeni Girişimcilik Anlayışı Proaktif Pazar Odaklılık (2009)., Özer. A, A Koçak, Siyasal Kitabevi, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 817116)

### C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

#### C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

1. Marka Yönetimi, Bölüm adı:(Marka Yayma Stratejileri) (2017)., ÖZER ALPER,OFLAZOĞLU SONYEL, Atatürk Üniversitesi Yayınları, Editör:Sezer Korkmaz, Basım sayısı:2, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3167069)
2. Turizm ve Tanıtım, Bölüm adı:(Turizm İşletmeleri ve Kalite Yönetimi) (2017)., ÖZER ALPER,ÖZER MEHMET, Atatürk Üniversitesi Yayınları, Editör:Ebdülrezak Altun, Basım sayısı:3, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3167115)
3. Eğlence Pazarlaması, Bölüm adı:(Eğlence Pazarlaması) (2013)., ÖZER ALPER, Mehpare Tokay Argan, Basım sayısı:1, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3167154)
4. Spor Pazarlaması, Bölüm adı:(Sinsi Pazarlama) (2013)., ÖZER ALPER, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Editör:Metin Argan, Basım sayısı:1, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3166826)
5. Eğlence Pazarlaması, Bölüm adı:(Rekreasyonel Alışveriş) (2013)., ÖZER ALPER, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Editör:Mehpare Tokay Argan, Basım sayısı:1, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3167370)
6. E Perakendecilik, Bölüm adı:(E-Tüketici) (2013)., ÖZER ALPER, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Editör:Nezihe Figen Ersoy, Basım sayısı:1, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3167522)
7. Eğlence Pazarlaması, Bölüm adı:(Spor) (2013)., ÖZER ALPER, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Editör:Mehpare Tokay Argan, Basım sayısı:1, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3167418)
8. Eğlence Pazarlaması, Bölüm adı:(İnternet) (2013)., ÖZER ALPER, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Editör:Mehpare Tokay Argan, Basım sayısı:1, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3167435)
9. Pazarlama İletişimi, Bölüm adı:(Satış Tutundurma) (2013)., ÖZER ALPER, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Editör:Yavuz Odabaşı, Basım sayısı:1, Türkçe(Ders Kitabı), (Yayın No: 3167453)
10. International Research on Sports Economics and Production Athens Institute for Education and Research, Bölüm adı:(The Participation of Soccer Spectators During Matches: A Research on Fenerbahçe's Fans in Turkey) (2005)., SUHER HASAN KEMAL,ARGAN METİN,ÖZER ALPER,

International Research on Sports Economics and Production, Athens Institute for Education and Research, Editör:Gregory T. Papanikos, Basım sayısı:1, ISBN:960-88672-2-3, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3142710)

11. Düşen Enflasyon Ortamında Şirket Yönetimi, Bölüm adı:(Düşük Enflasyonda Fiyatlandırma) (2004)., ÖZER ALPER, Ankara Sanayi Odası Yayını, Editör:Argun Karacabey, Basım sayısı:1, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3167561)

#### D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler :

1. ÖZER MEHMET,ÖZER ALPER (2016). Parasal ve Parasal Olmayan Satış Tutundurmanın Marka Değerine Etkisi Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi. Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, 2(2), 51-90. (Kontrol No: 3167020)
2. DÖLARSLAN EMRE ŞAHİN,ÖZER ALPER (2014). Hizmet Kalitesi Tatmin ve Gu venin Daha Fazla Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkileri. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(1) (Kontrol No: 3167123)
3. ÖZER ALPER,DOVGANIUC OLGA (2013). Gösteriş amaçlı ürünlerin satın alınmasında ülke orijini ve tüketici etnosentrizminin etkisi. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 6(11) (Kontrol No: 3167343)
4. ÇİFCİ SERTAÇ,ÖZER ALPER,KOÇAK FETHULLAH AKIN (2011). Avm Çevresinin Avm İmajı Üzerindeki Etkisi Müşteri Duyguları ve Algılanan Kalitenin Rolü Hazcı ve Faydacı Alış Veriş Değerleri Arasındaki Farklılıklar. Marmara Üniversitesi SBE Öneri Dergisi, 9(36) (Kontrol No: 3167485)
5. ÖZER ALPER (2011). Markaya Yönelik Tutumun Sponsorluk Sonrası Marka İmajı Ve Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29(2) (Kontrol No: 3167405)
6. SABAH ŞENAY,ÖZER ALPER (2011). İşletme Sınırlarının Girişimci Faaliyetle Yeniden Yapılandırılması Yeni Pazar Oluşturma. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, 66(2), 93-120. (Kontrol No: 816856)
7. ARGAN METİN,SUHER HASAN KEMAL,ÖZER ALPER (2007). Türk Seyircilerin Formula 1 Turkey Grand Prix Sponsor Markalarını Hatırlamaya Yönelik Tutumları ve Marka Hatırlama Düzeyleri. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 27(1) (Kontrol No: 3167695)
8. BALIKÇIOĞLU BETÜL,KOÇAK FETHULLAH AKIN,ÖZER ALPER (2007). Şiddet İçermeyen Bir Eylem Olarak Dolaylı Tüketici Boykotlarının Oluşum Süreci ve Türkiye İçin Değerlendirme. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 62(3) (Kontrol No: 3167601)
9. ÖZER ALPER (2006). Küresel Ürünler ve Markalar. Yüksel Koç Yalkın'a Armağan(590) (Kontrol No: 3213747)
10. ÖZER ALPER (2006). Küçük İşletmelerde Ortaklaşa Rekabet. Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, 5(15) (Kontrol No: 3213714)
11. ÖZER ALPER (2006). Muhasebe Firmalarında Pazar Odaklılık ve İlişkisel Pazarlama. Muhasebe ve Denetime Bakış, 5(17) (Kontrol No: 3167812)
12. ARGAN METİN,ÖZER ALPER,AKIN ERKAN (2006). Elektronik Spor Türkiye deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları. Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi, 1(2) (Kontrol No: 3167944)
13. KOÇAK FETHULLAH AKIN,ÖZER ALPER (2005). Küçük İşletmeler Pazarlamanın Neresinde Pazar Odaklılık ve İlişkisel Pazarlama. Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, 4(14) (Kontrol No: 3213671)
14. KOÇAK FETHULLAH AKIN,ÖZER ALPER,GÜREL EYMEN (2005). Kaynak Temelli Yaklaşımda Pazarlama Kabiliyetinin Boyutları. Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23(1) (Kontrol No: 3167551)
15. ÖZER ALPER,KOÇAK FETHULLAH AKIN (2004). Ürün Hattında Olumsuz Etkileşmenin Engellenmesine Yönelik Olarak Ürün Sunumunun Zamanlaması. Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, 3(7) (Kontrol No: 3213684)
16. ÖZER ALPER (2004). Pazarlama ile İlgili Kararlarda Faaliyet Tabanlı Maliyetlemenin Etkisi. Muhasebe ve Denetime Bakış, 4(13) (Kontrol No: 3167776)

#### E. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler:

1. ULAŞ DİLBER,ÖZER ALPER,KOÇAK FETHULLAH AKIN (2005). Çin Tehdidine Yönelik Hazır Giyim Sektörünün Değerlendirilmesi. 10. Ulusal Pazarlama Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3167708)
2. ARGAN METİN,ÖZER ALPER,AKIN ERKAN (2006). Elektronik Spor Türkiye deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları. 9.Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3167823)
3. KOÇAK FETHULLAH AKIN,ÖZER ALPER (2004). Marka Değeri Belirleyicileri Bir Ölçek Değerlendirmesi. 9. Ulusal Pazarlama Kongresi (Tam Metin Bildiri/)(Yayın No:3167738)

1. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi (TR DİZİN), Dergi, Yrd. Editör, Sistem Ofset
2. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi (EBSCO), Dergi, Editör, Sistem Ofset

## Üniversite Dışı Deneyim

---

2006-	<b>Öğretim Üyesi</b>	Ankara Üniversitesi, Yardımcı Doçent, (Diğer)
2005-2005	<b>Araştırma Görevlisi</b>	Niğde Üniversitesi, Araştırma Görevlisi, (Diğer)
1997-2005	<b>Araştırma Görevlisi</b>	Ankara Üniversitesi, Araştırma Görevlisi, (Diğer)
1993-1997	<b>Araştırma Görevlisi</b>	Niğde Üniversitesi, Araştırma Görevlisi, (Diğer)