

Assoc. Prof. MEHMET OZAN KARAHAN

Personal Information

Email: mozan.karahan@usak.edu.tr

Web: <https://avesis.usak.edu.tr/mozan.karahan>

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0001-7287-5904

Yoksis Researcher ID: 121560

Education Information

Doctorate, Kütahya Dumlupınar University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Turkey 2010 - 2018

Postgraduate, Kütahya Dumlupınar University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Turkey 2003 - 2010

Undergraduate, Anadolu University, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turkey 1999 - 2003

Foreign Languages

English, C1 Advanced

Certificates, Courses and Trainings

Foreign Language, TÖMER İtalyanca Dil Kursu, T.C. Ankara Üniversitesi TÖMER Türkçe ve Yabancı Dil Araştırma ve Uygulama Merkezi, 2004

Dissertations

Doctorate, Dijital korsanlıkta planlı davranış teorisi ve etik kavramının etkisi, Kütahya Dumlupınar University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), 2018

Postgraduate, Müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) ve ulaşım sektöründe bir uygulama: Firma çalışanlarının CRM'xye ve müşterilerine bakış açılarının belirlenmesi, Kütahya Dumlupınar University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), 2010

Research Areas

Marketing

Academic Titles / Tasks

Lecturer PhD, Usak University, EŞME MESLEK YÜKSEKOKULU, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, 2010 - Continues

Academic and Administrative Experience

Head of Department, Usak University, EŞME MESLEK YÜKSEKOKULU, BÜRO HİZMETLERİ VE SEKRETERLİK BÖLÜMÜ,
2018 - 2024

Assistant Director of Vocational School, Usak University, EŞME MESLEK YÜKSEKOKULU, 2020 - 2021

Courses

Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri (Lojistik), Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Kariyer Planlama, Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Banka Hizmetleri Pazarlaması, Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Örgütsel Davranış, Associate Degree, 2022 - 2023, 2019 - 2020

Genel İşletme (Bankacılık ve Sigortacılık), Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri (Bankacılık ve Sigortacılık), Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021,
2019 - 2020

Müşteri İlişkileri Yönetimi (Büro Yönetimi), Associate Degree, 2022 - 2023

Pazarlama İlkeleri, Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Müşteri İlişkileri ve Satış Yönetimi (Eczane Hizmetleri), Associate Degree, 2022 - 2023

İşletme I, Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Genel İşletme (Lojistik), Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Genel İşletme (Eczane Hizmetleri), Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022

Uluslararası Pazarlama, Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Tüketici Davranışları, Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Kalite Güvence ve Standartları, Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Pazarlama, Associate Degree, 2022 - 2023

İşletme Yönetimi I, Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Sektör Uygulamaları II, Associate Degree, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Müşteri İlişkileri Yönetimi, Associate Degree, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

İşletme II, Associate Degree, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Sigortacılığa Giriş, Associate Degree, 2021 - 2022

Örnek Olay Analizi, Associate Degree, 2021 - 2022, 2020 - 2021

E-Ticaret, Associate Degree, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Kalite Yönetim Sistemleri, Associate Degree, 2020 - 2021

Banka Hizmetleri Pazarlaması (II.Ö.), Associate Degree, 2020 - 2021

Halkla İlişkiler, Associate Degree, 2020 - 2021

Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri (Bankacılık ve Sigortacılık II.Ö.), Associate Degree, 2020 - 2021

Genel İşletme (Bankacılık ve Sigortacılık II.Ö.), Associate Degree, 2019 - 2020

Uluslararası Pazarlama (Lojistik II.Ö.), Associate Degree, 2019 - 2020

Uluslararası Pazarlama (Lojistik), Associate Degree, 2019 - 2020

Kalite Güvence ve Standartları (Lojistik), Associate Degree, 2019 - 2020

Kalite Güvence ve Standartları (Lojistik II.Ö.), Associate Degree, 2019 - 2020

Kalite Yönetim Sistemleri (Muhasebe), Associate Degree, 2019 - 2020

Articles Published in Other Journals

- I. **Factors Impacting Consumers' Continuance Intention for Online Food Delivery Services in Turkey**
Karahan M. O.
International Review of Management and Marketing, vol.15, no.2, pp.273-284, 2025 (Scopus)
- II. **How Social Media Influencers Shape Online Impulsive Buying: The Mediating Role of Parasocial Interaction**
KARAHAN M. O.

TOURISM & MANAGEMENT STUDIES, vol.21, no.1, pp.113-125, 2025 (ESCI)

- III. **The Role of Perceived Value and Satisfaction in Shaping Customer Citizenship Behavior: Evidence from Turkey**
KARAHAN M. O.
INTERNATIONAL REVIEW OF MANAGEMENT AND MARKETING, vol.14, no.6, pp.9-18, 2024 (Scopus)
- IV. **Online Impulsive Buying Behavior of Mobile Site Shoppers in Turkey: A Mediation Analysis**
Karahan M. O.
REVISTA DE GESTAO SOCIAL E AMBIENTAL, vol.18, no.4, 2024 (Scopus)
- V. **The Impact of Perceived Reputation and Privacy Concern on Online Purchase Intention: A Study in the Context of UTAUT**
Karahan M. O.
Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.10, no.3, pp.1359-1378, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **The Effect of Website Quality Elements on Electronic Trust, Satisfaction and Repurchase Intention**
Karahan M. O.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, vol.13, no.3, pp.961-976, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Mediation effect of brand loyalty and brand credibility in the effect of perception of celebrity endorsement in advertisements on purchasing intention**
Karahan M. O.
Business and Management Studies: An International Journal, vol.10, no.3, pp.835-857, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **EXAMINING THE EFFECT OF BRAND AUTHENTICITY ON BRAND LOVE AND PERCEIVED VALUE**
Karahan M. O.
Abant Sosyal Bilimler Dergisi, vol.22, no.2, pp.487-503, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **The role of consumer anxiety in the explanation of impulsive and compulsive buying relationship: A quantitative study during the Covid 19 pandemic**
Şahin F., Karahan M. O.
Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.25, no.47, pp.153-174, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **ALGILANAN ELEKTRONİK WOM UNSURLARININ MARKA İMAJI VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ**
KARAHAN M. O.
Abant Sosyal Bilimler Dergisi, vol.21, pp.753-772, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **Akış Deneyiminin Mobil Oyun Bağımlılığı ve Keşifsel Davranış Üzerindeki Etkisi: Ağızdan Ağıza Pazarlama Kapsamında Bir İnceleme**
ŞAHİN F., KARAHAN M. O.
Manas Journal of Social Studies, no.2, pp.1314-1331, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- XII. **Mağaza Ortamının ve Anlık Satın Alma Eğiliminin Anlık Satın Alma Davranışına Etkisi**
KARAHAN M. O., ŞAHİN F.
Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.2020, no.41, pp.274-292, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XIII. **Tüketicilerin Çevrim İçi İtkisel Satın Alma Davranışlarında Elektronik Hizmet Kalite Boyutlarının ve Hedonik Gezinmenin Etkisi**
KARAHAN M. O.
Alanya Akademik Bakış, vol.4, no.3, pp.993-1013, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XIV. **E-Hizmet Kalitesi ve Güvenin Mobil Uygulama Kullanma Memnuniyetine Etkisi**
SÖYLEMEZ C., KARAHAN M. O.
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol.34, no.2, pp.555-575, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- XV. **Tüketicilerin Taklit Ürün Satın Alma Tutumlarını ve Niyetlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Nicel Bir Araştırma**
KARAHAN M. O., ŞAHİN F.
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, vol.11, no.1, pp.154-170, 2020 (Peer-

Reviewed Journal)

XVI. THE EFFECT OF THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR AND THE THEORY OF ETHICS IN DIGITAL PIRACY

KARAHAN M. O., KAYABAŞI A.

Business and Management Studies: An International Journal, vol.7, no.4, 2019 (Peer-Reviewed Journal)

XVII. Tüketicilerin Kompulsif Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler: Bir Uygulama

KARAHAN M. O., SÖYLEMEZ C.

İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.11, no.3, pp.1961-1975, 2019 (Peer-Reviewed Journal)

XVIII. Dijital Müzik Korsanlığı Bakış Açılarının Belirlenmesi ve Davranışların Tahmin Edilmesi

KARAHAN M. O., KAYABAŞI A.

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, vol.6, no.86, pp.356-377, 2018 (Peer-Reviewed Journal)

XIX. Müşteri İlişkileri Yönetimi (Crm) Ve Ulaşım Sektöründe Bir Uygulama: İşletme Çalışanlarının Müşteri İlişkileri Yönetimi'xxne Ve Müşterilerine Bakış Açılarının Belirlenmesi

YURDAKUL M., KARAHAN M. O.

Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, no.28, 2010 (Peer-Reviewed Journal)

Books

I. MARKETING EVOLUTION: FROM MARKETING 1.0 TO MARKETING 5.0

KARAHAN M. O.

in: RETHINKING MANAGEMENT, ECONOMICS AND MARKETING PROCESSES, AYTEKİN Barış, AKIN Aliye, Editor, İksad Publishing House, Ankara, pp.80-115, 2022

II. Müşteri İlişkileri Yönetiminde Yapay Zeka Uygulamaları

KARAHAN M. O.

in: Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Teori ve Araştırmalar , KIMTER NURTEN, Editor, Serüven Yayınevi, İzmir, pp.371-406, 2022

III. RETRO PAZARLAMA

Karahan M. O.

in: İŞLETME BİLİMİNDE KURAMSAL VE PRATİK PAZARLAMA KONULARI, Şahin KARABULUT, Editor, Gazi Kitabevi, Ankara, pp.99-118, 2021

IV. Marka Taklitçiliği

KARAHAN M. O.

in: Marka Külliyyatı, Remzi ALTUNIŞIK, Burhanettin ZENGİN, Yıldırım YILDIRIM, Editor, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. LTD. ŞTİ., Ankara, pp.732-757, 2020

V. Viral Pazarlama

KARAHAN M. O.

in: Dijital Pazarlama: Güncel Konular, Cevat Söylemez, Aydın Kayabaşı, Editor, Ekin Yayınevi, Bursa, pp.209-249, 2020

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

I. Emotional Brand Attachment and Online Shopping Enjoyment: The Mediating Role Of Urge To Buy For Online Impulsive Buying Behavior

KARAHAN M. O.

Khoja Ahmed Yasawı 7. International Congress On Scientific Research, Mingachevir, Azerbaijan, 24 February 2023, pp.239-246

II. PAZARLAMA ÇALIŞMALARINDA PSİKOLOJİK SAHİPLENME TEORİSİ: BİR LİTERATÜR TARAMASI

KARAHAN M. O.

International Marmara Social Scien, Kocaeli, Turkey, 10 - 11 December 2021

- III. **Dijital Korsanlığın Dindarlık Ve Caydırma Teorisi Kapsamında İncelenmesi**
KARAHAN M. O.
BALKAN SUMMIT 5th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS, Edirne, Turkey, 13 - 14 November 2021,
pp.302-312
- IV. **Altın Fiyatları İle Hisse Senedi Arasındaki Nedensellik İlişkisi**
KARA İ., KARAHAN M. O., BULUT K.
II. INTERNATIONALAPPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS (C-IASOS), Antalya, Turkey, 19 - 21 April 2018, pp.685-687
- V. **Yapay Sınır Ağları İle Borsa Endeksi Hareket Yönünün TahminEdilmesi: Bist Banka Örneği**
KARA İ., KARAHAN M. O., BULUT K.
1. Uluslararası Bankacılık Kongresi, 4 - 05 May 2018
- VI. **Dijital Korsanlıkta Planlı Davranış Teorisi ve Etik Kavramının Etkisi Doktora Kolokyum**
KARAHAN M. O.
21. PAZARLAMA KONGRESİ, Kütahya, Turkey, 6 - 08 October 2016
- VII. **Uşak Bölgesindeki Malzeme İhtiyaç Planması ve Üretim Kaynakları Planlaması Kullanımına İlişkin Alan Araştırması**
KARA İ., KARAHAN M. O., BULUT K.
IV. AGP INTERNATIONAL HUMANITIES SOCIAL SCIENCES CONFERENCE, Berlin, Germany, 19 - 22 May 2016,
pp.143-149

Metrics

Publication: 31

Non Academic Experience

Uşak Üniversitesi, Bilgisayar İşletmeni (Operatörü)

Valtur Turizm, Resepsiyon Görevlisi (Ön Büro Elemanı)