

## Doç. Dr. MEHMET OZAN KARAHAN

### Kişisel Bilgiler

E-posta: mozan.karahan@usak.edu.tr

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

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0001-7287-5904

Yoksis Araştırmacı ID: 121560

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Dr), Türkiye 2010 - 2018

Yüksek Lisans, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (YI) (Tezli), Türkiye 2003 - 2010

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye 1999 - 2003

### Yabancı Diller

İngilizce, C1 İleri

### Sertifika, Kurs ve Eğitimler

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

### Yaptığı Tezler

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

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

### Araştırma Alanları

Pazarlama

### Akademik Unvanlar / Görevler

Öğretim Görevlisi Dr., Uşak Üniversitesi, EŞME MESLEK YÜKSEKOKULU, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, 2010 - Devam Ediyor

## Akademik İdari Deneyim

Bölüm Başkanı, Uşak Üniversitesi, EŞME MESLEK YÜKSEKOKULU, BÜRO HİZMETLERİ VE SEKRETERLİK BÖLÜMÜ, 2018 - 2024

MYO Müdür Yardımcısı, Uşak Üniversitesi, EŞME MESLEK YÜKSEKOKULU, 2020 - 2021

## Verdiği Dersler

Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri (Lojistik), Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Kariyer Planlama, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Banka Hizmetleri Pazarlaması, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Örgütsel Davranış, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2019 - 2020

Genel İşletme (Bankacılık ve Sigortacılık), Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

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

Müşteri İlişkileri Yönetimi (Büro Yönetimi), Ön Lisans, 2022 - 2023

Pazarlama İlkeleri, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Müşteri İlişkileri ve Satış Yönetimi (Eczane Hizmetleri), Ön Lisans, 2022 - 2023

İşletme I, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Genel İşletme (Lojistik), Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Genel İşletme (Eczane Hizmetleri), Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022

Uluslararası Pazarlama, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Tüketici Davranışları, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Kalite Güvence ve Standartları, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Pazarlama, Ön Lisans, 2022 - 2023

İşletme Yönetimi I, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Sektör Uygulamaları II, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Müşteri İlişkileri Yönetimi, Ön Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

İşletme II, Ön Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Sigortacılığa Giriş, Ön Lisans, 2021 - 2022

Örnek Olay Analizi, Ön Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021

E-Ticaret, Ön Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Kalite Yönetim Sistemleri, Ön Lisans, 2020 - 2021

Banka Hizmetleri Pazarlaması (II.Ö.), Ön Lisans, 2020 - 2021

Halkla İlişkiler, Ön Lisans, 2020 - 2021

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

Genel İşletme (Bankacılık ve Sigortacılık II.Ö.), Ön Lisans, 2019 - 2020

Uluslararası Pazarlama (Lojistik II.Ö.), Ön Lisans, 2019 - 2020

Uluslararası Pazarlama (Lojistik), Ön Lisans, 2019 - 2020

Kalite Güvence ve Standartları (Lojistik), Ön Lisans, 2019 - 2020

Kalite Güvence ve Standartları (Lojistik II.Ö.), Ön Lisans, 2019 - 2020

Kalite Yönetim Sistemleri (Muhasebe), Ön Lisans, 2019 - 2020

## Diğer Dergilerde Yayımlanan Makaleler

- Factors Impacting Consumers' Continuance Intention for Online Food Delivery Services in Turkey**  
Karahana M. O.  
International Review of Management and Marketing, cilt.15, sa.2, ss.273-284, 2025 (Scopus)
- How Social Media Influencers Shape Online Impulsive Buying: The Mediating Role of Parasocial**

## Interaction

KARAHAN M. O.

TOURISM & MANAGEMENT STUDIES, cilt.21, sa.1, ss.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, cilt.14, sa.6, ss.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, cilt.18, sa.4, 2024 (Scopus)
- V. **Algılanan itibar ve Gizlilik İhlali Endişesinin Çevrim İçi Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Birleşik Teknolojik Kabul ve Kullanım Teorisi Kapsamında Bir İnceleme**  
Karahan M. O.  
Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.10, sa.3, ss.1359-1378, 2022 (Hakemli Dergi)
- VI. **İnternet Sitesi Kalite Unsurlarının Elektronik Güven, Memnuniyet ve Yeniden Satın Alma Niyetine Etkisi**  
Karahan M. O.  
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.13, sa.3, ss.961-976, 2022 (Hakemli Dergi)
- VII. **Reklamlarda ünlü desteği algısının satın alma niyeti üzerindeki etkisinde marka sadakati ve marka güvenilirliğinin aracılık etkisi**  
Karahan M. O.  
Business and Management Studies: An International Journal, cilt.10, sa.3, ss.835-857, 2022 (Hakemli Dergi)
- VIII. **MARKA ÖZGÜNLÜĞÜNÜN MARKA AŞKI VE ALGILANAN DEĞER ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ**  
Karahan M. O.  
Abant Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.22, sa.2, ss.487-503, 2022 (Hakemli Dergi)
- IX. **Dürtüsel ve kompulsif satın alma arasındaki ilişkinin açıklanmasında tüketici kaygısının rolü: Covid19 Salgını döneminde nicel bir araştırma**  
Şahin F., Karahan M. O.  
Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.25, sa.47, ss.153-174, 2022 (Hakemli Dergi)
- X. **ALGILANAN ELEKTRONİK WOM UNSURLARININ MARKA İMAJI VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ**  
KARAHAN M. O.  
Abant Sosyal Bilimler Dergisi, cilt.21, ss.753-772, 2021 (Hakemli Dergi)
- 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, sa.2, ss.1314-1331, 2021 (Hakemli Dergi)
- XII. **Mağaza Ortamının ve Anlık Satın Alma Eğiliminin Anlık Satın Alma Davranışına Etkisi**  
KARAHAN M. O., ŞAHİN F.  
Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.2020, sa.41, ss.274-292, 2020 (Hakemli Dergi)
- XIII. **Tüketicilerin Çevrim İçi İtkisel Satın Alma Davranışlarında Elektronik Hizmet Kalite Boyutlarının ve Hedonik Gezinmenin Etkisi**  
KARAHAN M. O.  
Alanya Akademik Bakış, cilt.4, sa.3, ss.993-1013, 2020 (Hakemli Dergi)
- XIV. **E-Hizmet Kalitesi ve Güvenin Mobil Uygulama Kullanma Memnuniyetine Etkisi**  
SÖYLEMEZ C., KARAHAN M. O.  
Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, cilt.34, sa.2, ss.555-575, 2020 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.11, sa.1, ss.154-170, 2020 (Hakemli Dergi)

- 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, cilt.7, sa.4, 2019 (Hakemli Dergi)
- XVII. **Tüketicilerin Kompulsif Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler: Bir Uygulama**  
KARAHAN M. O., SÖYLEMEZ C.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.11, sa.3, ss.1961-1975, 2019 (Hakemli Dergi)
- XVIII. **Dijital Müzik Korsanlığı Bakış Açılarının Belirlenmesi ve Davranışların Tahmin Edilmesi**  
KARAHAN M. O., KAYABAŞI A.  
Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.6, sa.86, ss.356-377, 2018 (Hakemli Dergi)
- XIX. **Müşteri İlişkileri Yönetimi (Crm) Ve Ulaşım Sektöründe Bir Uygulama: İşletme Çalışanlarının Müşteri İlişkileri Yönetimi'ne Ve Müşterilerine Bakış Açılarının Belirlenmesi**  
YURDAKUL M., KARAHAN M. O.  
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sa.28, 2010 (Hakemli Dergi)

## Kitaplar

- I. **MARKETING EVOLUTION: FROM MARKETING 1.0 TO MARKETING 5.0**  
KARAHAN M. O.  
RETHINKING MANAGEMENT, ECONOMICS AND MARKETING PROCESSES, AYTEKİN Barış, AKIN Aliye, Editör, İksad Publishing House, Ankara, ss.80-115, 2022
- II. **Müşteri İlişkileri Yönetiminde Yapay Zeka Uygulamaları**  
KARAHAN M. O.  
Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Teori ve Araştırmalar , KIMTER NURTEN, Editör, Serüven Yayınevi, İzmir, ss.371-406, 2022
- III. **RETRO PAZARLAMA**  
KARAHAN M. O.  
İŞLETME BİLİMİNDE KURAMSAL VE PRATİK PAZARLAMA KONULARI, Şahin KARABULUT, Editör, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.99-118, 2021
- IV. **Marka Taklitçiliği**  
KARAHAN M. O.  
Marka Külliyyatı, Remzi ALTUNIŞIK, Burhanettin ZENGİN, Yıldırım YILDIRIM, Editör, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. LTD. ŞTİ., Ankara, ss.732-757, 2020
- V. **Viral Pazarlama**  
KARAHAN M. O.  
Dijital Pazarlama: Güncel Konular, Cevat Söylemez, Aydın Kayabaşı, Editör, Ekin Yayınevi, Bursa, ss.209-249, 2020

## Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- 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 Yasawi 7. International Congress On Scientific Research, Mingachevir, Azerbaycan, 24 Şubat 2023, ss.239-246
- II. **PAZARLAMA ÇALIŞMALARINDA PSİKOLOJİK SAHİPLENME TEORİSİ: BİR LİTERATÜR TARAMASI**  
KARAHAN M. O.  
International Marmara Social Scien, Kocaeli, Türkiye, 10 - 11 Aralık 2021
- III. **Dijital Korsanlığın Dindarlık Ve Caydırma Teorisi Kapsamında İncelenmesi**  
KARAHAN M. O.

BALKAN SUMMIT 5th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS, Edirne, Türkiye, 13 - 14 Kasım 2021, ss.302-312

**IV. Altın Fiyatları İle Hisse Senedi Arasındaki Nedensellik İlişkisi**

KARA İ., KARAHAN M. O., BULUT K.

II. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS (C-IASOS), Antalya, Türkiye, 19 - 21 Nisan 2018, ss.685-687

**V. Yapay Sinir Ağları İle Borsa Endeksi Hareket Yönünün Tahmin Edilmesi: Bist Banka Örneği**

KARA İ., KARAHAN M. O., BULUT K.

1. Uluslararası Bankacılık Kongresi, 4 - 05 Mayıs 2018

**VI. Dijital Korsanlıkta Planlı Davranış Teorisi ve Etik Kavramının Etkisi Doktora Kolokyum**

KARAHAN M. O.

21. PAZARLAMA KONGRESİ, Kütahya, Türkiye, 6 - 08 Ekim 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, Almanya, 19 - 22 Mayıs 2016, ss.143-149

## **Metrikler**

Yayın: 31

## **Akademi Dışı Deneyim**

Uşak Üniversitesi, Bilgisayar İşletmeni (Operatörü)

Valtur Turizm, Resepsiyon Görevlisi (Ön Büro Elemanı)