

Asst. Prof. PARISA ALIZADEHFANAELoo

Personal Information

Email: palizadehfanaeloo@gelisim.edu.tr

Web: <https://avesis.gelisim.edu.tr/palizadehfanaeloo>

International Researcher IDs

ORCID: 0000-0001-9972-6079

Yoksis Researcher ID: 317731

Education Information

Doctorate, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Turkey 2015 - 2019

Postgraduate, Peyame Noor Üniversitesi, Iran 2007 - 2010

Undergraduate, Bou Ali Sina University, Iran 1998 - 2002

Dissertations

Doctorate, AVM imajının, AVM ziyareti, müşteri memnuniyeti, ağızdan ağıza iletişim ve sadakat üzerindeki etkisi: Bir alan araştırması, Gazi University, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 2019

Postgraduate, The comparison of effective factors of promotion mix on attracting attention of Sunich and Shadlee consumers" (Case study: Alifard and Orum Narin, Fruit juice companies), Peyame Noor Üniversitesi, 2010

Academic Titles / Tasks

Istanbul Gelisim University, SCHOOL OF APPLIED SCIENCES, Lojistik Yönetimi Bölümü, 2019 - Continues

Courses

Ulaştırma Politikaları, Undergraduate, 2021 - 2022, 2019 - 2020

Girişimciliğin Temel Kuramları, Postgraduate, 2021 - 2022

Pazarlama ve Satış Teknikleri, Undergraduate, 2021 - 2022

İnsan Kaynakları Yönetimi, Undergraduate, 2021 - 2022, 2019 - 2020

Lojistikte Hizmet Pazarlaması, Undergraduate, 2020 - 2021

Depolama ve Envanter Yönetimi, Undergraduate, 2019 - 2020

Genel Ekonomi, Undergraduate, 2019 - 2020

Mesleki İngilizce I (Lojistik Bölümü), Undergraduate, 2019 - 2020

İş Etiği, Undergraduate, 2019 - 2020

Kargo Taşımacılığı Hizmetleri, Undergraduate, 2019 - 2020

Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Undergraduate, 2019 - 2020

Strategic Marketing Management, Postgraduate, 2019 - 2020

Deniz Taşımacılığı ve İşletmeciliği, Undergraduate, 2019 - 2020

İktisada Giriş, Undergraduate, 2019 - 2020

Articles Published in Other Journals

- I. **THE MODERATING ROLE OF BRAND REPUTATION ON THE IMPACT OF TECHNOLOGY ATTRIBUTES AND BRAND AUTHENTICITY ON BRAND IMAGE, BRAND COMMITMENT AND BRAND EQUITY ON ONLINE SHOPPING PLATFORMS**
ALIZADEHFANAEL00 P.
Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol.24, no.3, pp.19-47, 2023 (Peer-Reviewed Journal)
- II. **Marka İlgileniminin, Tutumun ve Sadakatin Marka Kullanım Niyeti Üzerindeki Etkisi: Tüketicilerin Yeniliklere Açıklık Kişilik Özelliklerinin Düzenleyici Rolü (Çevrimiçi Yiyecek İçecek Platformları Örneği)**
ALIZADEHFANAEL00 P.
Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol.22, no.3, pp.1262-1281, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- III. **THE EFFECT OF PERSONAL AND INSTITUTIONAL TRUST ON BRAND ATTITUDE AND PURCHASE INTENTION IN ONLINE FOOD AND BEVERAGE PLATFORMS: THE MODERATING ROLES OF BRAND GENDER CHARACTERISTICS**
ALIZADEHFANAEL00 P.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.15, no.3, pp.835-866, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- IV. **Çevrimiçi Yiyecek İçecek Platformları İçin Marka İlgileniminin, Kişisel ve Kurumsal Güvenin Tüketici İzni Üzerindeki Etkisi: Tüketicilerin Dışa Dönüklük Kişilik Özelliklerinin Düzenleyici Rolü**
ALIZADEHFANAEL00 P.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.14, no.3, pp.2309-2324, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- V. **Çevrimiçi Yiyecek İçecek Platformlarında Kişisel ve Kurumsal Güvenin Marka Tutumu ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Marka Cinsiyeti Özelliklerinin Düzenleyici Rolü**
ALIZADEHFANAEL00 P.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, vol.15, no.3, pp.835-866, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VI. **Online Yiyecek İçecek Markalarının Cinsiyet Özelliklerinin Marka Kullanım Niyeti ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi**
ALIZADEHFANAEL00 P.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.57, no.2, pp.1315-1334, 2022 (Peer-Reviewed Journal)
- VII. **Dijital Medya Platformu İçin Marka İmajının, Marka Güveni ve Sadakati Üzerindeki Etkisi: Netflix Türkiye Uygulaması (Marka Mimarisi Özelliklerinin Farklılıklarının İncelenmesi)**
ALIZADEHFANAEL00 P., TÜRKER O., DEMİR H. H.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.56, no.3, pp.1628-1659, 2021 (Peer-Reviewed Journal)
- VIII. **AVM İmajının AVM Ziyareti, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati ve Ağızdan Ağıza İletişim Üzerindeki Etkisi**
ALIZADEHFANAEL00 P., ÖZÜDOĞRU H.
İşletme Araştırmaları Dergisi, vol.12, no.1, pp.848-865, 2020 (Peer-Reviewed Journal)
- IX. **AVM Çevresinin, AVM Ziyareti ve Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi**
ALIZADEHFANAEL00 P., ÖZÜDOĞRU H.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, vol.54, no.1, pp.581-603, 2019 (Peer-Reviewed Journal)
- X. **A survey the role internet privacy concerns in online purchase behavior customers**
ALIZADEHFANAEL00 P.
International Research Journal of Applied and Basic Sciences, vol.9, no.5, pp.719-726, 2015 (Peer-Reviewed Journal)
- XI. **A survey relationship between strategic issues with customer relationship management (CRM) implementation**
ALIZADEHFANAEL00 P.
International Journal of Strategic Management Review, vol.2, pp.77-85, 2015 (Peer-Reviewed Journal)

Books & Book Chapters

I. Markalařma

ALIZADEHFANAEL00 P.

in: Dijital Yönetim & Pazarlama & Medya, Dr. Öğr. Üyesi Hande AYHAN GÖKCEK, Editor, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIřMANLIK TİC. LTD. şTİ., pp.91-117, 2021

Refereed Congress / Symposium Publications in Proceedings

I. Teknoloji Kabullenme Modelinin Etkileri

ALIZADEHFANAEL00 P.

V. International Congress of Social Sciences Research, Ankara, Turkey, 26 October 2021, pp.491-506