

Dr. Öğr. Üyesi PARISA ALIZADEHFANAELOO

Kişisel Bilgiler

E-posta: palizadehfanaeloo@gelisim.edu.tr

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

Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0001-9972-6079

Yoksis Araştırmacı ID: 317731

Eğitim Bilgileri

Doktora, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Türkiye 2015 - 2019

Yüksek Lisans, Peyame Noor Üniversitesi, İran 2007 - 2010

Lisans, Bou Ali Sina University, İran 1998 - 2002

Yaptığı Tezler

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

Yüksek Lisans, 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

Akademik Unvanlar / Görevler

İstanbul Gelişim Üniversitesi, UYGULAMALI BİLİMLER YÜKSEKOKULU, Lojistik Yönetimi Bölümü, 2019 - Devam Ediyor

Verdiği Dersler

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

Girişimciliğin Temel Kuramları, Yüksek Lisans, 2021 - 2022

Pazarlama ve Satış Teknikleri, Lisans, 2021 - 2022

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

Lojistikte Hizmet Pazarlaması, Lisans, 2020 - 2021

Depolama ve Envanter Yönetimi, Lisans, 2019 - 2020

Genel Ekonomi, Lisans, 2019 - 2020

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

İş Etiği, Lisans, 2019 - 2020

Kargo Taşımacılığı Hizmetleri, Lisans, 2019 - 2020

Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Lisans, 2019 - 2020

Strategic Marketing Management, Yüksek Lisans, 2019 - 2020

Deniz Taşımacılığı ve İşletmeciliği, Lisans, 2019 - 2020

İktisada Giriş, Lisans, 2019 - 2020

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ PLATFORMLARINDA TEKNOLOJİ ÖZELLİKLERİ VE MARKA ÖZGÜNLÜĞÜNÜN MARKA İMAJI, MARKA BAĞLILIĞI VE MARKA ÖZDEĞERİNE ETKİSİNDE MARKA İTİBARININ DÜZENLEYİCİ ROLÜ**
ALIZADEHFANAEL00 P.
Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt.24, sa.3, ss.19-47, 2023 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.22, sa.3, ss.1262-1281, 2022 (Hakemli Dergi)
- III. **ÇEVİRİMİÇİ YİYECEK-İÇECEK PLATFORMLARINDA KİŞİSEL VE KURUMSAL GÜVENİN MARKA TUTUMU VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: MARKA CİNSİYETİ ÖZELLİKLERİNİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ**
ALIZADEHFANAEL00 P.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.15, sa.3, ss.835-866, 2022 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.14, sa.3, ss.2309-2324, 2022 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.15, sa.3, ss.835-866, 2022 (Hakemli Dergi)
- VI. **Online Yiyecek İçecek Markalarının Cinsiyet Özelliklerinin Marka Kullanım Niyeti ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi**
ALIZADEHFANAEL00 P.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, cilt.57, sa.2, ss.1315-1334, 2022 (Hakemli Dergi)
- 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, cilt.56, sa.3, ss.1628-1659, 2021 (Hakemli Dergi)
- VIII. **AVM İmajının AVM Ziyareti, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati ve Ağızdan Ağıza İletişim Üzerindeki Etkisi**
ALIZADEHFANAEL00 P., ÖZÜDOĞRU H.
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.12, sa.1, ss.848-865, 2020 (Hakemli Dergi)
- IX. **AVM Çevresinin, AVM Ziyareti ve Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi**
ALIZADEHFANAEL00 P., ÖZÜDOĞRU H.
Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, cilt.54, sa.1, ss.581-603, 2019 (Hakemli Dergi)
- X. **A survey the role internet privacy concerns in online purchase behavior customers**
ALIZADEHFANAEL00 P.
International Research Journal of Applied and Basic Sciences, cilt.9, sa.5, ss.719-726, 2015 (Hakemli Dergi)
- XI. **A survey relationship between strategic issues with customer relationship management (CRM) implementation**
ALIZADEHFANAEL00 P.
International Journal of Strategic Management Review, cilt.2, ss.77-85, 2015 (Hakemli Dergi)

Kitap & Kitap Bölümleri

I. Markalařma

ALIZADEHFANAEL00 P.

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

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

I. Teknoloji Kabullenme Modelinin Etkileri

ALIZADEHFANAEL00 P.

V. International Congress of Social Sciences Research, Ankara, Türkiye, 26 Ekim 2021, ss.491-506