

İÇİNDEKİLER

ARAŞTIRMA MAKALELERİ

247-311

Erkan DÜNDAR & Mustafa KARAAĞAÇLI

Öğretmenlerin EBA (Eğitim Bilişim Ağı) İle İlgili Algılarının Eğretilmeler Aracılığıyla Belirlenmesi

247-259

Determining The Perceptions of Teachers on EBA (Educational Informatics Network) Through Metaphors

Ayşe Ece AK

Mobil Alışverişte, Ağızdan Ağıza Pazarlamanın ve Tüketici Memnuniyetinin Yaşa Göre Etkisi

260-272

The Effect of Word of Mouth Marketing (Womm) and Consumer Satisfaction by Age on Mobile Shopping

Semih Serkant AKTUĞ, Mehmet DAĞ & Hawar Rafaat STAR

The Impact of Oil Price on Economic Growth: An Investigation on Iraqi Economy
Petrol Fiyatının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Irak Ekonomisi Üzerine Bir İnceleme

273-285

Polat CAN & Özden ÖZDEMİR

Duygusal Zekânın Tüketici Etik Davranışları Üzerindeki Rolüne İlişkin Bir Araştırma

286-302

A Research Article on the Role of Emotional Intelligence on Consumer Ethical Behaviors

Bora GÖKTAŞ & Betül GIDİK

Consumption of Medicinal and Aromatic Plants Collected from Nature in Bayburt

303-311

Bayburt İlinde Doğadan Toplanan Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Tüketimi