

● ● Volume • Cilt: 16 Issue • Sayı: 55 January • Ocak 2021 ●

ÖNERİ

MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ HAKEMLİ DERGİSİ

ONLINE ISSN: 2147-5377



MARMARA ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ

Öneri – Volume • Cilt: 16 Year • Yıl :28 Issue • Sayı: 55 January • Ocak 2021
Online ISSN: 2147-5377

Marmara Üniversitesi Rektörlüğü Adına İmtiyaz Sahibi • Owner: Prof. Dr. Erol ÖZVAR (Rektör • Rector)
Enstitü Adına Sahibi • Owner: Prof. Dr. İsmail TAŞPINAR (Enstitü Müdürü • Director of Institute)

Editör • Editor in Chief
Ali ARI

Editör Yardımcısı • Assistant Editor
Meltem POLAT ULUSAN (Marmara University)

Alan Editörleri • Associate Editors
Ali ARI, İktisat • Economics (Marmara University)
Ahmet Kemal BAYRAM, Siyaset Bilimi • Politics (Marmara University)
Hasan KORKUT, Uluslararası İlişkiler • International Relations (Marmara University)
Kemalettin KÖROĞLU, Tarih • History (Marmara University)
Meltem POLAT ULUSAN, İşletme • Management (Marmara University)
İsmail TAŞPINAR, İlahiyat • Theology (Marmara University)

Editör Kurulu • Editorial Board
Jean-Pierre ALLEGRET (University of Nice Sophia Antipolis)
Ahmet Faruk AYSAN (Hamad Bin Khalifa University)
Ali BALCI (Sakarya University)
Isabelle DEPRET (Université Libre de Bruxelles)
Mesut AKDERE (Purdue University, West Lafayette)
Zeynep İrem ERDOĞMUŞ (Marmara University)
Ali KUTAN (Southern Illinois University, Edwardsville)
Dilek ZAMANTILI NAYIR (Marmara University)
Mehmet UĞUR (University of Greenwich)
Hakan YETKİNER (Izmir University of Economics)

Danışma Kurulu • Advisory Board
Emel PARLAR DAL (Marmara University)
Philippe GILLES (Toulon University)
Erol ÖZVAR (Marmara University)
Özalp VAYVAY (Marmara University)

Yayına Hazırlama Sorumluları • Responsible for Publication: Yasemin KURUCA

Dil Editörü • English Editor: Ömer Faruk ÖZCAN

Marmara Üniversitesi Yayınevi • Marmara University Press
Adres • Address Göztepe Kampüsü, Kadıköy 34722 İstanbul
Tel • Phone: +90 (216) 777 14 00
Faks • Fax: +90 (216) 777 14 01
E-posta • E-mail: yayinevi@marmara.edu.tr

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü • Marmara University, Institute of Social Sciences
Adres / Address: Göztepe Kampüsü Enstitüler Binası Kat:5 Kadıköy/İstanbul
Tel • Phone: (216) 418 72 42 – Dâhili: 1943-1944
Faks • Fax: (216) 348 34 90
E-Posta • E-Mail: oneridergisi@marmara.edu.tr

Hakemli “ÖNERİ” Dergisi; Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Akademik yayınıdır. Altı ayda bir yayınlanır. Dergiye Türkçe ve İngilizce çalışmalar kabul edilir. Dergide yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir ve Editör Kurulu tarafından benimsendiği anlamına gelmez. Editör Kurulu, yazının özüne dokunmaksızın gerekli yazım ve cümle değişiklikleri yapma hakkını saklı tutar. Dergiden yapılan alıntılarda kaynak göstermek mecburidir. **DOAJ, EBSCO, ECONLIT, PROQUEST** ve **ULRICHSWEB** Uluslararası İndeksleri ve **ULAKBİM** Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (SBVT) tarafından taramaktadır.

“ÖNERİ” is a peer-reviewed and biannually published scientific journal of Marmara University Institute of Social Sciences. ÖNERİ accepts articles both in English and Turkish. The views expressed in published articles are those of the authors and should not be attributed to the Editorial Board. The Editorial Board reserves the right to make grammatical changes as may be necessary without changing the substance of the paper. The published articles in ÖNERİ cannot be used without being cited. The journal is indexed in **DOAJ, EBSCO, ECONLIT, PROQUEST, ULRICHSWEB,** and **ULAKBIM** Humanities & Social Sciences Index.

İçindekiler • Contents

Yönetimden • Institutue's Notes/ İsmail TAŞPINAR	V
Editör'den • From Editor / Ali ARI	VI

BANKACILIK / BANKING

Örgüt Yapılarının Yenilikçilik Üzerindeki Etkileri: Türkiye Bankacılık Sektöründe Ampirik Bir Araştırma Impact of Organizational Structures on Innovation: An Empirical Study in Turkish Banking Sector Beytullah MISIRLI, Murat KASIMOĞLU	1
Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısının İşe Adanmışlığa Etkisinde Algılanan Yönetici Desteğinin Rolü: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma The Role of Perceived Supervisor Support on the Effect of the Perception of Talent Management Practices on Work Engagement: A Research in the Banking Sector Merve Gizem ÇÖMLEKÇİ, Müge Leyla YILDIZ	24

FELSEFE / PHILOSOPHY

Düşünce Tarihine Alternatif Yaklaşımlar: Diotima, Arendt ve Beauvoir Alternative Approaches to the History of Ideas: Diotima, Arendt and Beauvoir Sezgi DURGUN	51
---	----

İLETİŞİM / COMMUNICATIONS

Algı Yönetimi ve Propaganda: Nazi Almanyası Üzerinden Bir Değerlendirme Perception Management and Propaganda: A Review on Nazi Germany Esra BOZKANAT	74
Üniversite Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Zaman Yönetimi İlişkisi Internet Addiction and Time Management Relationship in University Students Eda YILMAZ ALARÇİN, Handan ŞİRİN	95

İKTİSAT / ECONOMICS

İstanbul Özelinde Tramvay Yatırımlarının Şehre Etkisi Regarding the City Impact of Tramway Investments in Istanbul Murat ARISAL, Ahmet TABAKOĞLU	125
---	-----

İŞLETME VE MUHASEBE / MANAGEMENT AND ACCOUNTING

- Bozulabilir Ürünler için Birleşik Üretim ve Dağıtım Planlama
Integrated Production and Distribution Planning for Perishable Products
Elif BİLGİN, Necdet ÖZÇAKAR 159
- Havayolu Sektöründe Ödeme Sistemleri Yoluyla Yapılan Dolandırıcılık İşlemlerinin Sektöre Olan Etkisinin Değerlendirilmesi, Denetlenmesi ve Önlenmesine Yönelik Öneriler
Suggestions on Assessment of Effects of Fraudulent Transactions Made Through Payment Systems on Aviation Sector As Well As Inspection and Prevention of Such Transactions
Zekeriya DEMİR 185
- Marka Deneyiminin Marka İmajı ve Marka Sadakatine Etkisi: Marka İmajının Aracılık Rolü
The Impact of Brand Experience on Brand Image and Brand Loyalty: The Mediation Role of Brand Image
Buket SEKMEN, F. Müge ARSLAN 221
- Marka Denkliği ile Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkide Marka Tercihinin Önemi ve Mobil Telefon Sektörü Üzerine Bir Araştırma
The Importance of Brand Preference on the Relationship Between Brand Equity and Purchase Intention: An Analysis on Mobile Phone Sector
Elif GÜNER, Nevin KARABIYIK YERDEN, Mehmet Yaman ÖZTEK 250
- Moda Ürünleri Satan Mobil Alışveriş Uygulamalarının Kabulünün Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi II Çerçevesinde İncelenmesi
Analyzing the Acceptance of Mobile Applications Selling Fashion Products Within the Context of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology II
Elif KİZİR, Zehra BOZBAY 286
- Pazarlamada Yeni Eğilimler Açısından Nöropazarlama ve Algı Yönetimi Üzerine Bir Araştırma
A Research on Neuromarketing and Perception Management in Terms of New Trends in Marketing
Pınar ALYAR, Serdar PİRTİNİ, Nurcan YÜCEL 311
- Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sosyal Medyada Kurumsal İtibar Yönetimine Etkisi
The Impact of Corporate Social Responsibility to Reputation Management on Socoal Media
Mehmet Emin OKUR, Irmak VAKIFLI 342

RADYO VE TELEVİZYON/ RADIO AND TELEVISION

- Yeni Nesil İzleme Pratikleri: Tıkınırcasına İzlemek
New Watching Practice: Binge Watching
Sedat ÖZEL, Tugay DURMAZ 363

Yönetimden • Institue's Notes

Dergimizin kıymetli okuyucuları,

Enstitümüzün önemli bir parçası olan Öneri Dergimizin üniversitemize ve okuyucularımıza layık olacak şekilde kaliteli bir muhteva ile sunulabilmesi çalışmalarının her geçen gün artarak devam etmekte olduğunu buradan sizinle paylaşmaktan mutluluk duyuyorum.

Dergimizin, daha önceki sayılarımızda da belirttiğimiz üzere, akademik yayın çeşitliliğine özen göstererek Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün paydaşları olan Anabilim Dalı'nda üretilen kıymetli çalışmalara yer verme politikasının meyvelerini vermekte olduğunu belirtmemiz gerekiyor. Enstitü yönetimi olarak bu konuya önem vermemizin ne kadar isabetli olduğunu aldığımız geri dönüşlerden anlamaktayız. Dergimizin sosyal bilimler alanında tanınan ve uluslararası indekslerde taranan bir dergi olması için Editörümüzün yaptığı çalışmaları burada takdir ettiğimi belirtmeliyim.

Dergimizin bu sayısının da akademi camiasına hayırlı olması dileğiyle,

Prof.Dr. İsmail TAŞPINAR

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Editor'den • From Editor

Öneri Dergisi'nin değerli okuyucuları,

1994'ten beri yayınlanan uluslararası hakemli dergimiz Öneri'nin 55. sayısını sizlerle buluşturmanın mutluluğu içindeyiz. Dergimizin bu sayısında sosyal bilimlerin farklı alanlarından 14 farklı çalışma yer almaktadır. Her bir çalışmanın ilgili alana yaptığı özgün katkılarını göreceğiniz bu sayımızı ilgiyle okuyacağınızı düşünüyoruz.

B. Mısırlı ve M. Kasımoğlu'nun bankacılık sektörüne odaklandıkları çalışmalarında örgüt yapılarının yenilikçilik üzerindeki etkisini ampirik olarak ölçmeye odaklanmaktadır. Bankacılık sektörüne yönelik bir başka ampirik çalışmada, M. G. Çömlekçi ve M. L. Yıldız yetenek yönetimi uygulamaları ile işe adanmışlık arasındaki ilişkiye odaklanılmışlardır.

S. Durgun'un çalışması üç önemli kadın düşünürün (Diotima, Arendt ve Beauvoir) geliştirdikleri kavramlarla felsefe yazınına nasıl alternatif bir bakış sunduklarını göstermeyi hedeflemektedir. E. Bozkanat'ın çalışması, Nazi Almanyası'nda kullanılan propaganda uygulamalarını Propaganda Analizi Enstitüsü'nün (1938) ve Shabo'nun (2008) teknikleri üzerinden ortaya koyarak algı yönetimi için nasıl kullanıldığını göstermektedir. E. Yılmaz Alarçin ve H. Şirin'in makalesi ise ampirik olarak üniversite öğrencilerinin internet bağımlılıkları ile zaman yönetimleri arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır.

M. Arısal ve A. Tabakoğlu'nun makalesi, Osmanlı Tramvay Şirketi'nin finansal verilerinden ve yatırım faaliyetlerinden hareketle, tramvayın şehir içi hareketliliğin dönüşümünü ve yönünü ortaya koymaktadır. E. Bilgin ve N. Özçakar'ın makalesi bozulabilir ürünler için bileşik üretim ve dağıtım modeli öngörmekte ve bu doğrultuda toplam üretim, dağıtım ve stok maliyetlerini minimize etmeyi amaçlamaktadır. Z. Demir'in çalışması, havayolu sektöründe artan dolandırıcılık risklerine karşı sektörde yapılan çalışmaların incelenmesi ve bu risklerin önlenmesi için öneriler getirmeyi hedeflemektedir.

B. Dikmen ve F. M. Arslan'ın çalışması, marka deneyiminin marka imajı ve marka sadakati üzerindeki etkisini ampirik olarak test etmektedir. Marka ile ilgili bir diğer çalışmada, E. Güner, N. Karabiyik Yerden ve M. Y. Öztekin tüketici temelli marka denklığı ile satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi ampirik olarak incelemektedirler. E. Kizir ve Z. Bozbay'ın çalışması, tüketicilerin moda ürünleri satan mobil alışveriş uygulamalarını benimsemelerinin Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi II çerçevesinde incelenmesi amaçlanmıştır. P. Alyar, S. Pirtini ve N. Yücel'in çalışması pazarlamada yeni yaklaşımlara odaklanarak, nöropazarlama ve algı yönetimine yönelik deneysel bir çaba içermektedir.

M. E. Okur ve I. Vakıflı'nın çalışması, Türkiye'nin önemli firmalarını sosyal medyadaki itibar yönetimleri kurumsal sosyal sorumluluk paylaşımları bağlamında incelemektedir. S. Özel ve T. Durmaz'ın çalışması ise, internetin yaygınlaşması ile birlikte izleyicilerin tükünürasına izleme pratiklerini ölçmeyi hedeflemektedir.

Dergimizin Ocak 2021 sayısında her biri birbirinden değerli çalışmalarını bizimle paylaşarak hem bilimsel yazına hem de Öneri Dergisi'ne katkı sağlayan değerli yazarlarımıza teşekkürümüzü sunuyoruz. Bunun yanı sıra, dergimizde yayınlanan makaleleri bilimsel sorumluluk ve gönüllülük esasıyla çalışarak değerlendiren saygın hakemlerimize gönül borcumuz büyüktür.

Öneri Dergisi'nin yayına hazırlanma sürecindeki emek ve destekleri için üniversitemiz Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı'nın değerli personeline teşekkür ederiz. Makalelerin toplanmasından son yayın aşamasına kadar geçen süreçte tüm akışı büyük bir titizlik ile takip ederek özverili yardımlarını esirgemeyen Arş. Gör. Yasemin Kuruca'ya emekleri için teşekkür ederiz.

Temmuz 2021 sayımızda da birbirinden değerli bilimsel çalışmaları sizlere ulaştırabilmek dileğiyle,

Doç.Dr. Ali ARI
Öneri Dergisi Editörü