

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Mayıs 2024, Cilt 17, Sayı 2, Hakemli Dergi

ISSN: 1309-243X

Geçmişten Günümüze Geleneksel Pazarlamadan Dijitalleşen Pazarlamaya Evrilen Süreçte
Yapay Zekâ ve Metaverse Faktörleri

Kemal Gökhan NALBANT, Sevgi AYDIN

Bütüncül Kanal Lojistikte Müşteri Deneyiminin Marka Bağlılığına Etkisi

Aliye ŞEREMET, Hatice AYDIN

Yeşil Pazarlama Stratejilerinin Yeşil Tedarikçi Seçimi, Yeşil İnovasyon ve
Performans Üzerindeki Etkisi

Dilber Nilay KÜTAHYALI, Bülent YILDIZ

Omnichannel Retailing in Türkiye: A Content Analysis Study

Büşra OKTAY BAYHAN, Raife Meltem YETKİN ÖZBÜK

Tedarik Zinciri Dirençliliğinin Şimdisi ve Sonrası: Bir Bibliyometrik Analiz

Ramazan KAYHAN, F. Müge ARSLAN

Sosyal Kampanyalarda Mesaj Çekiciliklerine Yönelik Dikkat Değişiminin Alturistik Kişilik
Özelliklerine Göre İncelenmesi: Deneysel Bir Çalışma

Leyla BEZGİN EDİŞ, Sabiha KILIÇ, Serap AYDIN

A Qualitative Study on the Determination of Balancing Factors in the Relationship
Between Products, Consumers and Package Schema on the Basis of Balance Theory

Abdullah ALKAN, İbrahim Taylan DÖRTYOL, Merve NALBANT

Emojilerin Hedonik ve Faydacı Mesajlar Üzerindeki Etkisi

Oğuzhan AYDIN

Marka Nefreti: Öncüller, Boyutlar Ve Markadan Kaçınma Arasındaki İlişkiler

İrem GÜRAN, Emre Şahin DÖLARSLAN

Pazarlama ve Yeni Materyalizm

İrem BURAN, Şenay SABAH

