

Mayıs 2025 • Cilt, 18 • Sayı, 2
ISSN: 1309-243X

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ



BASKI, GENEL DAĞITIM VE İSTEME ADRESİ

Sistem Ofset Bas. Yay. San. ve Tic. Ltd. Şti.
Sertifika No: 13255
Strazburg Cad. No: 31/17 Sıhhiye / ANKARA

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi Adına Sahibi
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneęi

Editör

Prof. Dr. Öznur ÖZKAN TEKTAŞ, Hacettepe Üniversitesi

Editörler Kurulu

Prof. Dr. Behçet Yalın ÖZKARA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Prof. Dr. Nilüfer AYDINOĞLU, Koç Üniversitesi

Prof. Dr. Canan ERYİĞİT, Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Emre Şahin DÖLARSLAN, Çankırı Karatekin Üniversitesi

Doç. Dr. İlayda İPEK, Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Nilay BIÇAKÇIOĞLU PEYNİRCİ, University of Sussex

Doç. Dr. Niray TUNÇEL, Hacettepe Üniversitesi

Doç. Dr. Steven SEGGIE, ESSEC Business School, Frane

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÖZER, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi

Doç. Dr. İbrahim Taylan DÖRTYOL, Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Sıddık BOZKURT, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi

Doç. Dr. Özge SİĞİRCİ, Kırklareli Üniversitesi

Yazı İşleri

Arş. Gör. H. Mirac GÜNEŞ, Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Alper ÖZER	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Bahtişen KAVAK	İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Selçuk Burak HAŞILOĞLU	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Ercan GEGEZ	İstanbul Topkapı Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ	University of Portsmouth

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi'nin yer aldığı akademik endeksler

“Advanced Sciences Index” (ASI), “AcademicKeys”, “CiteFactor”, “ASOS Index”,
“TÜBİTAK ULAKBİM TR-Dizin”, “EBSCO”

Journal of Marketing and Marketing Research is indexed and abstracted in

“Advanced Sciences Index” (ASI), “AcademicKeys”, “CiteFactor”, “ASOS Index”,
“TÜBİTAK ULAKBİM TR-Dizin”, “EBSCO”

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi yılda üç kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Bu dergide yayınlanan makalelerin bilim ve dil sorumluluğu yazarlarına aittir. Dergide yayımlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

AMAÇ

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları alanındaki özgün bilimsel çalışmaların yayınlanması suretiyle alandaki teorik, kavramsal ve uygulamalı literatüre katkıda bulunmaktır.

KAPSAM

Dergi, öncelikle Pazarlama, Pazarlama Araştırması ve aynı zamanda Sosyoloji, Psikoloji, Yönetim Bilimleri, Girişimcilik vb. gibi Pazarlama ile ilgili diğer alanlarda yayın yapmaktadır.

YAYIN ETİĞİ KURALLARI

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi makale kabulü ve yayımında etik kurallara uymaktadır. Bu kapsamda Committee on Publication Ethics'in (COPE) Yayın Etiği yönergeleri kabul edilmekte ve uygulanmaktadır. Yönergenin detaylarına <https://publicationethics.org/> adresinden ulaşılabilir.

İÇİNDEKİLER

Araştırma

Sexual Dimorphism In The Brain (2D:4D Ratio) And Its Impact On Generation Z
Consumer Decision-Making & Marketing Strategies

Esmâ Ebru ŞENTÜRK 311

Farklı Ülkelerdeki Sanal Etkileyicilerin Üç İkna Kanıtı Olan Ethos Pathos ve Logos
Perspektifinden İncelenmesi

Burak ÇEBER, Ahmet Fuat POLAT 343

A Qualitative Research On Digital Consumption Behaviors Of Syrians Living In
Türkiye

Ali KARAMAN, Sait VESEK 383

Markaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinde Yöneticilerin Ahlaki
Olgunluk ve Toplumsal Faydacılık Algı ve Tutumlarının Rolü

Yavuz Selim GÜLMEZ 425

Çevrimiçi Alışverişte Müşteri Deneyimi: Yapay Zeka Destekli Ürün Yorumlarının
İçerik Analizi İle İncelenmesi

Aysun Varan, Aslıhan Bekaroğlu Özatar 459

İşletme/Yönetimi Perspektifinden Ürün Tasarımı Literatürünün Bibliyometrik
Analiz Yöntemiyle İncelenmesi

Naz GÜRPINAR, F. Müge ARSLAN 481

Derleme

Marka Özgünlüğünün Temel Boyutlarının Belirlenmesi: Sistematiik Bir Literatür
Taraması

Adem UYSAL 529