

içindekiler

▼	COVID – 19 Pandemisi Sürecinde Üniversite Öğrencilerinin Yükseköğretim Kurumlarının Uzaktan Eğitime Yönelik Stratejilerine ve Öğrenme Deneyimlerine İlişkin Algı Düzeyleri / Araştırma Makalesi	8
<hr/>		
▼	Covid-19 Sürecinde Telokomünikasyon Şirketlerinin Reklam Kampanyaları: Evde Kal Kampanyasının Göstergibilimsel Analizi / Araştırma Makalesi	24
<hr/>		
▼	Dijital Yerlilerin Mobil Reklamlardaki Rolü ve Tercihleri Üzerine Bir Araştırma / Araştırma Makalesi	56
<hr/>		
▼	Dijital Diplomasi ve Sosyal Medya: Barış Pınarı Harekatı Kapsamında Türkiye Washington Büyükelçiliğinin Twitter Kullanımı / Araştırma Makalesi	87
<hr/>		
▼	Televizyonda Aşırı Tüketimi Tavsiye Edilmeyen Gıda Reklamları İçin Besin Profili Modelinin Değerlendirmesi / Araştırma Makalesi	106
<hr/>		
▼	Türkiye’de Yöresel Çayların Markalaşma Süreci: Çaykur 42 No’lu Tirebolu Çayı Örneği / Araştırma Makalesi	131
<hr/>		