

PAZARLAMA

İçgörüsü Üzerine Çalışmalar



Studies on Marketing Insights
Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar

Cilt:4, Sayı:2 - 2020

Dergi Sahibi

Olgun Kitapçı
Akdeniz Üniversitesi

Editör

İ.Taylan Dörtüol
Akdeniz Üniversitesi

Editör Yardımcısı

Ayşen Coşkun Çelen
Akdeniz Üniversitesi

Alan Editörleri

İbrahim Sirkeci
Regent's Londra Üniversitesi

Katarzyna Dziewanowska
Warsaw Üniversitesi

Olgun Kitapçı
Akdeniz Üniversitesi

Selcen Öztürkcan-Özdiñç
Linnaeus Üniversitesi

Uğur Yavaş
East Tennessee State Üniversitesi

Vicky Katsoni
Atina Teknik Devlet Üniversitesi

Web sayfası: dergipark.gov.tr/somi

Akdeniz Üniversitesi Pazarlama Bölümü'nün yılda iki defa yayınladığı *Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar* (Studies on Marketing Insights - SOMI), pazarlama disiplininin hakemli akademik dergilerinden biridir. SOMI, disiplinin içeriğini ve sınırlarını şekillendirmenin yanı sıra bilimsel araştırmalara dayalı pazarlama bilgisinin yaygınlaştırılmasında önemli bir rol oynayacaktır.

Posta Adresi: Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Pazarlama Bölümü, Dumlupınar Bulvarı, 07058 Konyaaltı/Antalya

Türk Patent ve Marka Kurumu'ndan Marka Tescili alınmıştır. (Marka No: 2018 69921)

Gönderilen makaleler en az iki hakem tarafından değerlendirilir. Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazara aittir.

Tüm haklar saklıdır. @2017 All rights reserved.

PAZARLAMA

İçgörüsü Üzerine Çalışmalar



Studies on Marketing Insights
Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar

Cilt:4, Sayı:2 - 2020

İÇİNDEKİLER

Sosyal Ticaretin Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinin Sosyal Öğrenme Teorisi Perspektifinden İncelenmesi: Instagram Örneği 57-65

Examining the Effect of Social Commerce on Consumer Purchase Intention from the Perspective of Social Learning Theory: The Example of Instagram

Cemre Türkcan ve Prof. Dr. Olgun Kitapçı

A Psycho-Marketing Study: Using the Dark Triad Personality Test to Profile the Consumers and Predict the Consumer Behavior 66-73

Bir Psiko-Pazarlama Çalışması: Karanlık Üçlü Kişilik Testini Tüketici Profillerinde Kullanmak ve Tüketici Davranışları Tahmin Etme Üzerine Bir Araştırma

Dr. Hüseyin Çağatay Karabıyık ve Prof. Dr. Selda Başaran Alagöz

Erken Dönem Pazarlama Düşünce Okulları 74-85

The Early Schools of Marketing Thought

Prof. Dr. Eric H. Shaw, Prof. Dr. D.G. Brian Jones ve Dr. Paula A. McLean