

İÇİNDEKİLER

Ahmet KANILMAZ	Kriz Dönemlerinde Liderlerin Twitter Kullanımı: Koronavirüs (Covid-19) Pandemisi Türkiye Örneği <i>The Use of Twitter by Leaders in Times of Crisis: The Case of Turkey in the Coronavirus (Covid-19) Pandemic</i>	3-27
Sedat CERECİ	From Reality To Virtuality: The New Media Factor <i>Gerçeklikten Sanallığa: Yeni Medya Faktörü</i>	28-40
Murat TOKSARI Mert SUSUR	Covid-19 Salgın Sürecinde Markaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Vaka Analizi Yöntemi ile İncelenmesi <i>A Case Study on the Brands' Corporate Social Responsibility During Covid-19 Pandemic</i>	41-58
Ege Simge DEMİREL	Pazarlama Halkla İlişkileri Kapsamında Amaca Yönelik Pazarlamanın (Cause Related Marketing) Hedef Kitle Üzerindeki Etkisi: Apple RED Kampanyası Üzerine Bir İnceleme <i>Cause Related Marketing Impact on Target Group in the Scope of Marketing Public Relations: A Study on the Apple RED Campaign</i>	59-86
Hülya AYGÜN	XYZ Kuşağı Tüketicilerin Finansal İyilik Hali Algıları ile Tüketim Davranışlarındaki İlişkinin Davranışsal İktisat Çerçevesinde Karşılaştırılması <i>Comparison of the Relationship between XYZ Generation Consumers' Perceptions of Financial Well-being and Their Consumption Behaviors in the Framework of Behavioral Economics</i>	87-112
Sahil NAGHIZADA Yalçın KIRDAR	Kültürlerarası Pazarlama İletişimi Farklılıkları: Azerbaycan-Türkiye Örneği <i>Differences on the Cross-Cultural Marketing Communication: The Case of Azerbaijan-Turkey</i>	113-132
Yusuf ANDİÇ	Kobilerin Geleneksel ve Dijital Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Karşılaştırmalı Analizi: Otomotiv Sektör Temsilcileri Üzerine Bir Araştırma <i>Comparative Analysis of Traditional and Digital Media Marketing Activities of SMEs: A Study on the Automotive Industry Professionals</i>	133-151
Ahmet GÜNEŞ	Eleştirel Söylem Analizi Çerçevesinde Metin Çözümlemesi: İstiklal Marşı Örneği <i>Text Analysis in the Critical Discourse Analysis Framework: Example Of The Turkish National Anthem</i>	152-168
Pelin GÜLER	Goffman'da Benliğin Sunumu ve İdeal Yaşam Algısı: Pandemi Döneminde Instagram Üzerine Bir Araştırma <i>Presentation of Self and Perception of Ideal Life in Goffman: A Study on Instagram in the Pandemic Era</i>	169-182