

İçindekiler

| | |
|------------|---|
| 155 | <p>Kurumsal Sosyal Sorumluluk mu, Marka Aktivizmi mi? Markaların Söylemleri Üzerinden Bir Analiz / Araştırma Makalesi <i>Corporate Social Responsibility or Brand Activism?</i> <i>An Analysis of Brands' Discourses / Research Article</i> Dr. Ahsen YALIN</p> |
| 174 | <p>Dijital Kapitalizm, Tüketim Kültürü ve Y Kuşağının Değişen Tüketim Davranışları / Araştırma Makalesi <i>Digital Capitalism, Consumption Culture and Changing Consumption Behaviours of Generation Y / Research Article</i> İrem DEMİRKAYA, Emine KOYUNCU</p> |
| 197 | <p>Dijital Gelişmeler ve Pandemi (Covid-19 Salgını) Çerçevesinde Modern Flanörün Dönüşümü / Derleme Makale <i>Transformation of Modern Flanor In The Framework of Digital Developments and the Pandemic (Covid-19 Outbreak) / Review Article</i> Dr. Şule KURT</p> |
| 217 | <p>Çizgi Romanlarda Şehir Markalama: New York Eyaletinin Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi / Araştırma Makalesi <i>City Branding in Comics: A Content Analysis on the Representation of New York State / Research Article</i> Arş. Gör. Dr. Ekin Beran EĞÜZ</p> |
| 245 | <p>Metaverse: 'Dijital Büyük Patlamada' Fırsatlar ve Endişelere Yönelik Algılar / Araştırma Makalesi <i>Metaverse: Perceptions Regarding Opportunities and Concerns in the 'Digital Big Bang' / Research Article</i> Arş. Gör. Dr. Oğuz KUŞ</p> |