

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Ocak 2022, Cilt 15, Sayı 1, Hakemli Dergi

ISSN: 1309-243X

Küresel Tüketici Kültürü Temelinde Kültürleşme ve Kişisel İstekler:
Genç Yetişkinlerden Bulgular

Umut KUBAT DOKUMACI, Eyyup YARAŞ

Reklamlarda Ünlülerin Kullanılmasının Tüketicilerin Marka Tercihine Olan Etkisi:
Nitel Bir Araştırma

Elif Ebru ERCE ÖZBİLEN, Zeliha ESER, Ünsal SİĞRİ

Environmental Attitudes and Environmentally Sensitive Television Commercials

Çetin KALBURAN, Vesile ÖZÇİFÇİ, Selçuk Burak HAŞILOĞLU

E-Ticaret Sektöründe Kullanılan Dijital Pazarlama Araçlarının Şirketlerin Marka
Değerine Etkileri Üzerine Nitel Bir Araştırma

Elif ÇITAK ADALI, Ünsal SİĞRİ

Digitalization and Consumer Activism: Underlying Motives and Feelings of
Consumers and Implications for Brands

Zeynep ÖZDAMAR ERTEKİN, Pınar ÖZKILIÇ DİLEK

Gösterişçi, Deneyimsel ve Sembolik Tüketim Ölçeklerinin Türkçeye Uyarlanması

Celile GÜRBÜZ, Özlem ÇETİNKAYA BOZKURT

The Impact of Influencer's Perceived Characteristics on Consumer Purchase
Behavior

Erkan BİL, Özlem Mert İNAL, Murat ÖZKAYA

Pazarlama Faaliyetlerinin İzlerini Eski Asur Ticaretinde Aramak: Kültepe
Tabletlerine İlişkin Yazın Üzerinden Bir Yeniden Okuma

Mehmet Ali GENİŞ

Reklamlardaki Ünlülerden Sosyal Medyadaki Fenomenlere: Influencer
Pazarlamasına Bütüncül Bir Bakış

Gözde BAYCUR, Hüseyin Sami KARACA



SİSTEM OFSET YAYINCILIK



PAZARLAMA VE PAZARLAMA
ARAŞTIRMALARI DERNEĞİ