

içindekiler

| | | |
|---|--|------------|
| ▼ | Reklamlarda Yaş Ayrımcılığı: Özel Gün Reklamlarında Yaşlılığın Temsili Üzerine Gösterebilimsel Bir İnceleme / Araştırma Makalesi | 9 |
| | <i>Oya Şakı AYDIN</i> | |
| ▼ | Lüks Markaların Dijital Platformları Kullanıcı Deneyimi Bağlamında Kullanımı: Youtube Sanal Gerçeklik Videoları Üzerine Bir Araştırma / Araştırma Makalesi | 30 |
| | <i>Kemal Bilal AYDIN</i> | |
| ▼ | İçsel Pazarlama ile Kurumsal İtibar Algısı Arasındaki İlişkiler / Araştırma Makalesi | 54 |
| | <i>G. Banu DAYANÇ KIYAT, Coşkun KAYA</i> | |
| ▼ | Kuşak Teorisi ve Marka Gençleştirme Stratejisi Kapsamında Markaların Dijital Reklam Uygulamaları Üzerinden Değerlendirilmesi: Orkid, Coca-Cola, Vichy ve Exxen Örnekleri / Araştırma Makalesi | 88 |
| | <i>Elgiz YILMAZ ALTUNTAŞ, Ece BOYDAK</i> | |
| ▼ | Sosyal Medya Reklamlarının Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Üzerindeki Rolü: Kuşaklar Üzerine Bir İnceleme / Araştırma Makalesi | 115 |
| | <i>Onur ŞİŞMAN</i> | |
| ▼ | Metaverse Evreninde Pazarlama: 7P Pazarlama Karması Üzerinden Bir Değerlendirme / Derleme Makale | 134 |
| | <i>Fatih ANIL, Zeynep ALANKUŞ</i> | |
| ▼ | Kurumsal Web Sitelerinin Sosyal Sorumluluk İletişiminde Kullanımı: Opet Örneği İncelemesi / Araştırma Makalesi | 169 |
| | <i>Tuğçe BORAN, Ece ERGÜL</i> | |
| ▼ | It is not Just PR: Public Relations in Society / Kitap İncelemesi | 195 |
| | <i>Mikail UĞUŞ</i> | |